



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA

# ECONOMICA

Revistă științifico-didactică

An. XV, nr.4 (decembrie) (60)/2007

---

©Departamentul Editorial-Poligrafic al ASEM

**COLEGIUL DE REDACȚIE:**

*Redactor-șef* **Vadim COJOCARU**, *prof.univ.dr.*

*Redactor-șef adjunct* **Galina COTELEA**

*Prof. univ. dr. hab.* **Dumitru MOLDOVAN**

*Prof. univ. dr. hab.* **Ion BOLUN**

*Prof. univ. dr. hab.* **Eugenia FEURAȘ**

*Prof. univ. dr. hab.* **Elena TURCOV**

*Prof. univ. dr. hab.* **Vasile BUCUR**

*Conf. univ. dr.* **Nadejda BOTNARI**

*Conf. univ. dr.* **Marina NICOLAESCU**

*Conf. univ. dr.* **Raisa BORCOMAN**

**ADRESA REDACȚIEI:**

Str. Mitropolit G. Bănulescu-Bodoni 59,

ASEM, bloc B, b.503,

tel: 40-29-95

Cod:MD 2005, Chișinău,

Republica Moldova

*E-mail:* rev\_economica@yahoo.com

***Revista este acreditată de Consiliul Național  
pentru Acreditare și Atestare al R.M.***

*Certificat de înregistrare nr.112 din 25.02.2002*

*Index poștal: PM-31627*

*ISSN 1810-9136*

***Editura ASEM, Chișinău - 2007***

*Redacția nu este responsabilă pentru conținutul articolelor publicate*

## SUMAR:

### I. RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

<b>Investițiile străine directe și comerțul exterior – principalele instrumente ale respecializării internaționale a economiei moldovenești.....</b>	<b>5</b>
<i>Dumitru Moldovan</i>	
<b>Rolul și locul serviciilor publice în statele Uniunii Europene.....</b>	<b>11</b>
<i>Ion Paladi</i>	
<b>Rolul diplomației economice în dezvoltarea economiei mondiale.....</b>	<b>15</b>
<i>Nicolae Țău,</i> <i>Valentin Stegăroiu</i>	
<b>Abordarea multidisciplinară la crearea strategiilor pe piața internațională a investițiilor.....</b>	<b>18</b>
<i>Olesea Melnicenco</i>	
<b>Cooperarea internațională în sfera asigurărilor și reasigurărilor între realități și necesități.....</b>	<b>20</b>
<i>Stanislav Fotescu,</i> <i>Anatol Țugulschi</i>	

### II. ECONOMIE GENERALĂ

<b>Competența autorităților publice locale în administrarea patrimoniului public.....</b>	<b>24</b>
<i>Svetlana Pavelco,</i> <i>Lidia Cojocar</i>	
<b>Interesele economice naționale – obiectiv prioritar în politica comercială a României.....</b>	<b>26</b>
<i>Mariana Grodenschi,</i> <i>Nicolae Țău</i>	
<b>Concentrarea producției – unul dintre obiectivele prioritare ale politicii agrare naționale.....</b>	<b>29</b>
<i>Antonina Dranga</i>	
<b>Situația actuală a comerțului cu amănuntul în Republica Moldova .....</b>	<b>32</b>
<i>Mariana Ambros</i>	
<b>Reforma cadrului regulatoriu în transportul public urban.....</b>	<b>36</b>
<i>Dumitru Budianschi</i>	

### III. MANAGEMENT

<b>Problematika asigurării cu resurse umane a organizațiilor din Republica Moldova în contextul extinderii Uniunii Europene spre Est.....</b>	<b>39</b>
<i>Alic Bîrcă</i>	
<b>Perfecționarea funcțiilor de bază și interconexiunea acestora în procesul de conducere.....</b>	<b>42</b>
<i>Natalia Suditu</i>	
<b>Conducerea întreprinderii de prestări servicii în baza utilizării tehnologiilor informaționale.....</b>	<b>44</b>
<i>Sergiu Anton</i>	
<b>Protecția socială a salariaților întreprinderilor din zona de nord a Republicii Moldova în contextul managementului strategic al potențialului uman.....</b>	<b>46</b>
<i>Irina Movilă</i>	
<b>Capitalul uman – factor-cheie al creșterii economice.....</b>	<b>49</b>
<i>Lilia Plugaru</i>	
<b>Cultura juridică a funcționarului public și impactul asupra mediului de afaceri .....</b>	<b>52</b>
<i>Eugen Roșcovanu</i>	

### IV. FINANȚE

<b>Performanțele funcționării companiilor de asigurări în contextul integrării în Comunitatea Europeană.....</b>	<b>55</b>
<i>Victoria Sirbu</i>	
<b>Oportunități și constrângeri ale unificării monetare europene.....</b>	<b>58</b>
<i>Corina Ciumac</i>	
<b>Riscurile instrumentelor financiare derivate – cazul Nicholas Leeson .....</b>	<b>60</b>
<i>Elena Dobre</i>	

<b>Factorii generatori ai riscului investițional.....</b>	<b>63</b>
<i>Aurelia Marianciuc</i>	
<b>Unele considerații privind problematica implementării regimului de țintire a inflației de către Băncile Centrale.....</b>	<b>66</b>
<i>Radu Cuhal</i>	
<b>Taxa pe valoarea adăugată percepută de către autoritățile vamale.....</b>	<b>70</b>
<i>Ion Cornea, Tudor Dabija</i>	
<b>Gestionarea capitalului circulant la societățile comerciale vinicole din zona de sud a R. Moldova.....</b>	<b>74</b>
<i>Ina Dimitroglu</i>	

## V. CONTABILITATE

<b>Probleme ale contabilității consumurilor pentru executarea lucrărilor de prospecțiune geologică și a resurselor naturale.....</b>	<b>76</b>
<i>Vasile Bucur, Tatiana Șevciuc</i>	
<b>Importanța raportărilor financiare pentru dezvoltarea economică a țării.....</b>	<b>81</b>
<i>Constantin Cucoșel</i>	
<b>Criterii de calcul ai indicelui deprecierii activelor pe termen lung.....</b>	<b>83</b>
<i>Aliona Bîrcă</i>	

## VI. MARKETING

<b>Fundamentarea deciziilor de marketing la întreprinderile micului business .....</b>	<b>88</b>
<i>Oleg Ioncu</i>	
<b>Complexitatea și importanța comunicațiilor de marketing pentru succesul întreprinderilor moderne.....</b>	<b>92</b>
<i>Ionela Ciuhrii</i>	
<b>Creșterea satisfacției clienților și a fidelizării celor importanți: temelia afacerii de succes.....</b>	<b>95</b>
<i>Diana Vornovițchi</i>	
<b>Brandul urban ca factor de promovare a imaginii orașelor.....</b>	<b>97</b>
<i>Irina Ioniță</i>	

## VII. STATISTICĂ ȘI GEOGRAFIE ECONOMICĂ

<b>Indicatorii sociali și de mediu în condițiile dezvoltării durabile.....</b>	<b>100</b>
<i>Neculai Tabără, Emil Horomnea, Florian Marcel Nuță</i>	
<b>Analiza statistică a pieței mondiale și naționale de asigurări. Aspecte cantitative și calitative.....</b>	<b>104</b>
<i>Oleg Verejan</i>	
<b>Mecanisme economice de demonopolizare, demonopsonizare a exporturilor, importurilor: aspect metodologic.....</b>	<b>109</b>
<i>Elena Sava, Alexandru Gribincea, Narcis Ghionea, Marian Croitoru</i>	
<b>Posibilitățile utilizării metodelor estimării potențialului economic în diagnosticul activității întreprinderilor autohtone .....</b>	<b>112</b>
<i>Nelly Amarfi-Railean</i>	
<b>Caracterizarea terenurilor intravilane din Republica Moldova.....</b>	<b>115</b>
<i>Matei Mățu, Iurii Bejan</i>	
<b>Recenzii.....</b>	<b>120</b>
<b>Evenimente.....</b>	<b>122</b>
<b>Cărți noi.....</b>	<b>129</b>

## INVESTIȚIILE STRĂINE DIRECTE ȘI COMERȚUL EXTERIOR – PRINCIPALELE INSTRUMENTE ALE RESPECIALIZĂRII INTERNAȚIONALE A ECONOMIEI MOLDOVENEȘTI

**Prof. univ.dr. hab. Dumitru MOLDOVAN,**  
**membru-corespondent al AȘM**

*The article analyzes the necessity and methods of employing Foreign Direct Investments and foreign trade by economies in transition as instruments of advancing to a superior level of international labor division. It also proposes concrete instruments of economic policy that could help the Republic of Moldova reach this strategic goal.*

### Nivelul actual al specializării economiei moldovenești

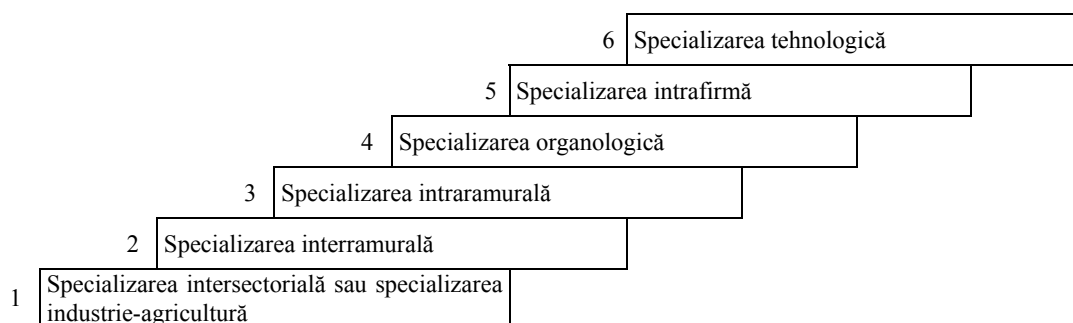
Cele trei mari probleme cu care se confruntă în prezent economia Republicii Moldova sunt:

1. Continuarea exodului masiv al populației peste hotare. În pofida faptului că în anii 2000-2006 PIB-ul și nivelul salariilor au crescut an de an, numărul locurilor de lucru pe economie a continuat să scadă.
2. Creșterea, începând cu anul 1994, a deficitului balanței comerciale, care, în 2006, a constituit circa 1.700 milioane \$.
3. Nivelul insuficient al investițiilor, inclusiv al

investițiilor străine directe, în sectorul real al economiei.

Epicentrul acestor probleme este nivelul rudimentar al specializării economiei moldovenești, dezindustrializarea acesteia, care imprimă dezvoltării economice un caracter instabil, fluctuant și generează venituri foarte mici.

Analiza evoluției structurii comerțului exterior al R.Moldova din ultimul deceniu ne demonstrează faptul că economia națională se află la un nivel inferior al specializării internaționale, nivel ce corespunde, în temei, primelor două trepte de specializare internațională (din cele șase identificate de știința economică).



**Figura 1. Evoluția formelor specializării internaționale a țărilor lumii**

Este adevărat, alături de mărfurile de proveniență agricolă, țara noastră mai exportă și unele produse manufacturiere, dar ponderea acestora în structura exporturilor moldovenești în anii 2000-2006 este neînsemnată. În această perioadă, circa 30-35% din totalul exporturilor autohtone au constituit-o produsele alimentare, băuturile și tutunul; peste 18% – textilele; 12% – produsele vegetale; 4-6% – pieile brute, pieile tăbăcite și blănurile. În așa mod, circa 60% din mărfurile exportate sunt produse alimentare, o bună parte din care au fost comercializate sub formă de materie primă – vin în butoaie, tutun nefermentat, legume și fructe neprelucrate etc. Reamintim aici că la începutul sec. XXI, produsele manufacturate constituiau deja mai bine de ¾ din volumul total al comerțului mondial, iar materia primă și produsele alimentare alcătuiesc, respectiv, 4% și 6% din acest volum.

**Tabelul 1**  
**Structura exporturilor de bunuri corporale în**  
**anii 2000-2005**  
*(în % din total)*

	Exporturile mondiale	Exportul R.Moldova
Produse manufacturate	80	34
Produse alimentare, materie primă, produse minerale	20	66

**Sursa:** Calculele autorului

Datele tabelului 1 ne vorbesc despre faptul că, în prezent, economia moldovenească rămâne a fi preponderent agrară și exploatează, în temei, avan-

tajele comparative generate de astfel de condiții naturale favorabile, cum ar fi solurile fertile și clima blândă. Exporturile de textile și confecții au la temelie folosirea intensivă a forței de muncă ieftine și relativ calificată. În această ramură productivitatea muncii este aceeași ca în Italia și Franța, salariile însă sunt de 10-12 ori mai mici.

### **Necesitatea trecerii la un tip superior al specializării internaționale**

Căutând avantaje și profituri cât mai înalte, cele mai avansate țări ale lumii s-au specializat și se respecializează fără încetare de peste două secole, trecând, treptat, de la tipurile simple de specializare internațională la forme mai noi, mai sofisticate, aducătoare de venituri mai mari.

În economia mondială contemporană, rata rentabilității în ramurile industriei tradiționale (metalurgică, textilă, chimică și chiar constructoare de mașini) este mult mai joasă decât în așa domeniul de activitate, ca serviciile și, mai ales, „producerea” de cunoștințe științifice noi: patente, invenții, tehnologii avansate. De aceea, țările dezvoltate deplasează, treptat, capacitățile industriei tradiționale (metalurgie, chimice, textile) în țările în dezvoltare.

Pentru a deveni mai eficientă și a genera mai multe venituri, economia moldovenească este obligată să se ridice la o treaptă mai înaltă a specializării internaționale, în opinia noastră, la cea organologică, care constă în specializarea țărilor lumii nu atât în producerea bunurilor finite, cât mai ales a unor părți componente ale acestora, a detaliilor, semifabricatelor, agregatelor.

Pe parcursul unui deceniu și jumătate de reforme și transformări, în Republica Moldova n-a fost încă elaborată o strategie oficială de respecializare a economiei naționale, în conformitate cu noile avantaje ce le-a obținut țara noastră odată cu proclamarea independenței, or acest lucru a devenit o necesitate stringentă.

### **Avantajele comparative și competitive ale economiei moldovenești**

Primul pas în elaborarea strategiei de respecializare a economiei RM este identificarea noilor avantaje comparative, dar și competitive, pe care le-a căpătat economia națională după prăbușirea URSS, deschiderea spre exterior și creșterea bruscă a prețurilor la produsele energetice și materia primă.

Avantajele comparative pe care le posedă în prezent țara noastră par să fie mai puține decât în perioada sovietică, dar acestea ar putea fi exploatate mai eficient. *Aceste avantaje sunt:*

1) Forța de muncă calificată și ieftină, ce-ar fi motivată să revină din străinătate. Anume ea ar putea deveni principalul factor al atragerii investițiilor străine directe și al producerii unor mărfuri competitive (produse ale tehnologiilor informaționale, textile, părți componente și detalii pentru industria constructoare

de mașini și industria electronică etc.). Deși după mărimea PIB-ului pe locuitor Moldova ocupă unul din ultimele locuri în Europa, după nivelul de dezvoltare a sistemului de instruire a populației, ea se apropie de media europeană. În general, după criteriul instruirii și calificării populației, RM ocupă, în ultimul deceniu, locurile 45-55 în lume, aflându-se la acest indicator mult mai bine plasată decât multe din țările europene.

Este bine cunoscut faptul că fiecare popor este mai capabil într-un domeniu sau altul de activitate. Astfel, se consideră că englezii sunt cei mai puternici în efectuarea afacerilor financiare (inginerie financiară), nemții – în organizarea producerii, popoarele slave – în lansarea unor concepte fundamentale, popoarele latine – în elaborarea formelor, a designului. Moldovenii par să fie talentați atât în găsirea formelor, dar mai ales în studierea matematicii și informaticii și producerea programelor pentru calculatoare, a softurilor.

2) Solurile fertile și clima blândă permit dezvoltarea unei agriculturi eficiente, producătoare de bunuri ecologic pure, a vinurilor de înaltă calitate, precum și a plantelor, care servesc drept materie primă pentru producerea resurselor energetice (rapită, porumb, zahăr). Acesta este un avantaj, dar un avantaj care ne permite până în prezent doar să supraviețuim. Țările care au mizat numai pe acest avantaj au rămas sărace.

3) Existența condițiilor favorabile pentru dezvoltarea industriei de producere a materialelor de construcție (zăcăminte importante de argilă, calcar, nisip, pietriș etc.) și a surselor alternative de energie.

4) Așezarea geografică ca „pod” de legătură între Est și Vest, amplificată în această privință de cunoașterea de către majoritatea populației a limbilor străine, în special a rusei, apoi a englezei și francezei, precum și a unor tradiții și aptitudini înnăscute în studierea științelor reale, în special a informaticii și a matematicii.

Deci posedăm un șir de avantaje, comparativ cu alte țări, dar trebuie să ținem cont de faptul că toate acestea sunt în mare măsură trecătoare și nevalorificarea lor la timp duce la dispariția sau la diminuarea însemnătății lor. Astfel, a fost parțial pierdut avantajul ce l-a avut economia moldovenească în primii ani ai tranziției – forța de muncă ieftină și înalt calificată în domeniul electronicii, tehnologiilor informaționale etc. Dacă va continua să-și diminueze acest avantaj, economia națională nu va reuși să-și exploateze celelalte avantaje.

### **Precondițiile respecializării economiei moldovenești**

Respecializarea presupune, în primul rând, dezvoltarea acelor ramuri ale industriei în care mai avem anumite avantaje, și anume: industria alimentară, a materialelor de construcție și industriile puternic intensive în forța de muncă – textilă, electronică. Deoarece în prezent specializarea unei economii se face în funcție de potențialul pieței de desfacere, principala condiție a specializării economiei moldovenești

este aderarea la o organizație economică regională, cu o piață de desfacere stabilă și vastă, care, în cazul țării noastre, poate fi doar Uniunea Europeană. Republica Moldova are unele avantaje și pe piața CSI, dar acestea sunt diferite de cele pe care le are pe piața țărilor din UE. Astfel, orientându-ne spre CSI, noi pierdem principalul nostru avantaj comparativ – forța de muncă ieftină și calificată, deoarece acesta este un avantaj și al altor țări din fostul spațiu sovietic.

Cea de a doua precondiție a respecializării economiei moldovenești este stoparea exodului masiv al forței de muncă peste hotare. O creștere însemnată a salariilor nominale concomitent cu creșterea prețurilor ar diminua numărul celor care pleacă la muncă peste hotare.

### Instrumentele respecializării țărilor lumii

Mecanismele trecerii de la un tip de specializare la altul, mai superior, s-au modificat de-a lungul secolelor. Astfel, dacă cu două secole în urmă trecerea de la agricultură la industrie s-a efectuat, în temei, în mod stihnic, prin forțele invizibile ale pieței, apoi în secolul XX specializarea internațională a fost produsul unei politici economice conștiente, promovate de guvernele multor state sau de marile firme private, care, în scopul maximizării profitului, se adaptau mai repede la cerințele pieței mondiale. Schimbarea tipului de specializare a unei țări ca rezultat al realizării unei strategii speciale este cazul țărilor socialiste, care au utilizat în acest scop un asemenea mecanism eficient cum a fost planificarea. În urma unei politici economice consistente, cu folosirea subvențiilor din partea statului, au trecut la un alt tip de specializare asemenea țării, ca Japonia și Germania, Coreea de Sud și Hong-Kong, parțial China și Turcia, alte țări.

### Investițiile străine directe – instrument al respecializării economiei moldovenești

Autorul propune în calitate de instrument de specializare a țărilor lumii investițiile străine directe și politicile comerciale. Este un concept care ține cont de tendințele dezvoltării economiei mondiale, concept ce poate fi formulat în felul următor: în condițiile globalizării, economiile naționale au posibilitatea trecerii mai rapide și mai ușoare la o treaptă superioară a specializării internaționale, folosind ca instrumente ale respecializării o politică diferențiată în atragerea investițiilor străine directe, îmbinată cu protejarea temporară a domeniilor de activitate în care țara urmează să se specializeze.

Schimbările survenite în comportamentul societăților transnaționale, care deplasează capacități importante de producție în alte țări în cea mai mare măsură pentru a produce bunuri destinate propriei piețe interne, adică a pieței de origine a capitalului, modifică substanțial posibilitățile și domeniile specializării țărilor lumii, acestea fiind deja respecializate în funcție de interesele specifice ale capitalului transnațional. Aceste interese pot coincide cu interesele naționale ale țării respective, dacă guvernul acesteia este destul de abil și reușește să atragă investiții străine anume în acele ramuri și domenii de activitate în care țara dată dorește și poate să se specializeze.

Până în prezent ISD nu joacă încă un rol însemnat în economia țării noastre, ele constituind în anii 2000-2006 doar circa 11-15% din volumul total al investițiilor în capitalul fix, deși pe parcursul a unui deceniu și jumătate stocul ISD a fost mereu în creștere.

**Tabelul 2**

### Evoluția stocului ISD în economia R.M.

(la sfârșitul anului, în mil. \$)

1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
7	19	21	25	47	113	146	193	310	440	536	675	755	902	1000	1130

Din tabelul 2 se observă că fluxul anual al ISD a fost în creștere, de la 5-7 milioane \$ anual în anii 1991-1994 până la 225 mil. în 2005 și 280 mil. în 2006. Totuși, stocul ISD în economia moldovenească rămâne a fi destul de modest.

Volumul ISD pe cap de locuitor în Moldova este unul din cele mai mici în Europa. Astfel, la sfârșitul anului 2005 volumul ISD pe cap de locuitor era doar de 333\$, pe când în Cehia – 4080\$, în Ungaria – 3693\$, în Estonia – 2995\$, în Polonia – 1502\$, în România – 747\$. Totodată, la întreprinderile cu capital străin din Republica Moldova activează în prezent doar 5% din numărul total al salariaților. Aceste întreprinderi realizează doar circa 15% din totalul de vânzări. Deci, în Moldova au venit ISD, care exploatează într-o mă-

sură foarte mică avantajele principale ale economiei moldovenești – forța de munca ieftină și calificată și condițiile favorabile pentru dezvoltarea industriei agroalimentare.

Investițiile străine din R.Moldova au exploatat până în prezent niște situații de monopol, care le-a permis să obțină profituri înalte datorită prețurilor și tarifelor ridicate la serviciile prestate. Aceasta se referă la asemenea investitori importanți din economia țării, cum sunt „Gazprom” (pachetul de control în Moldova-Gaz), Union Fenosa, Voxtel, Moldcell, Lafarge, supermarketurile din comerțul angro etc. Excepție constituie doar câteva întreprinderi din industria textilă și de prelucrare a producției agricole.

**Structura pe grupe de mărfuri a ISD în economia R.M.**  
(în % din volumul total)

Nº d/o	Grupe de mărfuri	1.01.1997	1.01.2004	1.01.2005	1.01.2006
1	Energie electrică, gaze și apă	3	33	32,4	35
2	Industria prelucrătoare	25	24	25,4	27
3	Comerț cu ridicata și amănuntul	30	18	16,7	16
4	Activități financiare	14	10	8	6
5	Transport și comunicații	3	3	5,3	7
6	Agricultură	1,7	3	9,9	7
7	Hoteluri, restaurante	5	9	5,3	12

*Sursa: Biroul Național de Statistică*

Din tabelul 3 se vede că problema principală a ISD în Moldova nu este atât volumul modest al acestora, cât structura lor ramurală, structură care contribuie într-o măsură foarte mică atât la dezvoltarea economiei moldovenești, dar mai ales la schimbarea tipului specializării internaționale a țării noastre.

Analiza condițiilor de activitate a ISD și a structurii ramurale a acestora demonstrează că statul nostru n-a determinat niște priorități în această privință. Din păcate, aceste priorități n-au fost identificate nici în „Strategia de atragere a investițiilor și promovare a exporturilor pentru anii 2006-2015”, aprobată prin Hotărârea Guvernului din 9 noiembrie 2006.

În opinia noastră, este necesar ca întreprinderile străine, care investesc în domeniile în care RM urmează să se specializeze (industria electronică, agroalimentară, textilă, a materialelor de construcție, în activitățile de elaborare a softurilor, de asamblare a automobilelor, în dezvoltarea infrastructurii și a agriculturii etc.), precum și în sectoarele care ar permite substituirea exporturilor (în primul rând, surse alternative de energie,) să beneficieze de cele mai mari înlesniri fiscale, administrative și de altă natură. Acestor întreprinderi urmează să li se acorde facilități fiscale la import, de exemplu, posibilitatea achitării TVA și a altor plăți vamale peste o perioadă de timp, când acestea vor obține profituri stabile. Totodată, statul ar putea să le acorde acestora anumite subvenții, premii bănești, credite cu o dobândă joasă sau asigurarea unor achiziții de către stat.

De cele mai multe ori, investițiile străine în comerțul cu ridicata și cu amănuntul sau în construcția de locuințe surpă temelia dezvoltării micului business în Moldova și contribuie la creșterea ratei șomajului. Mai mult, supermarketurile străine promovează pe piața internă produsele de import, inclusiv cele alimentare. Aceste întreprinderi, precum și cele din alte domenii, inclusiv din construcții și chiar telecomunicații, nu valorifică avantajele competitive și comparative ale economiei moldovenești, ci adună banii câștigați de concetățenii noștri în străinătate, ca apoi acești bani,

sub forma unor profituri „grase”, să plece înapoi peste hotare. Ce rămâne atunci în urma unor asemenea investiții străine?

#### **Politica comercială**

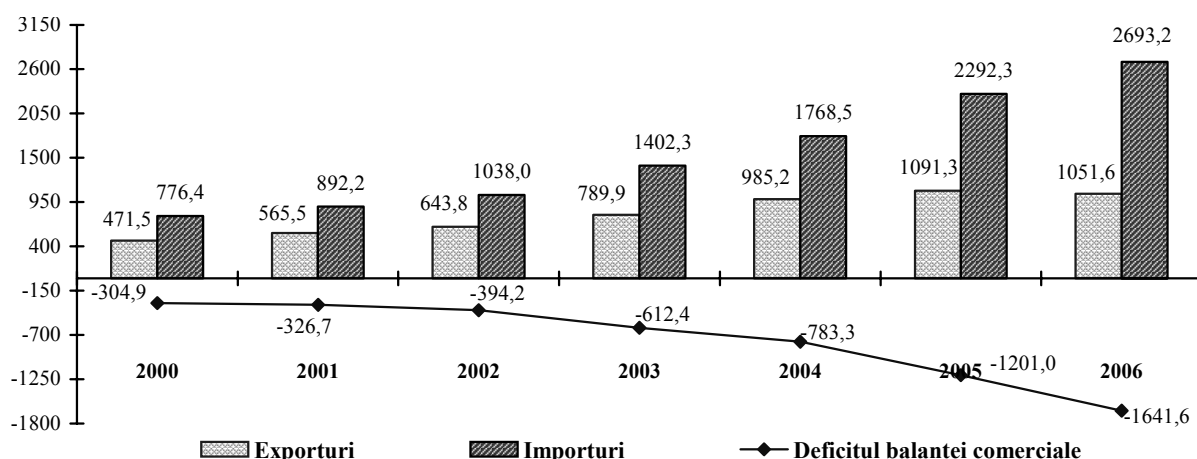
Un alt instrument eficient de respecializare a economiei noastre naționale poate fi politica comercială. În cadrul unor medii științifice și politice mai persistă o convingere eronată că economiile mici trebuie să promoveze o politică de deschidere categorică spre exterior, să aibă un regim comercial liberal, această politică fiind considerată drept chezașia unei creșteri economice durabile. Așa este, dar acesta este un adevăr care se referă doar la economiile ce stau bine pe picioare și nu la economiile în tranziție, care abia își caută un loc sub soare și doresc să-și schimbe tipul de specializare. Un regim comercial supraliberal, deși are și unele consecințe pozitive asupra creării unui mediu de afaceri concurențial, s-a dovedit a fi puțin eficient și chiar periculos pentru economiile în dezvoltare, cum este cazul Republicii Moldova.

Evident, liberalizarea comerțului exterior a fost o reformă necesară, care a contribuit la crearea unei economii bazate pe concurență și la integrarea țării noastre în economia mondială. Dar considerăm că s-a mers prea departe. În prezent, potrivit clasificării efectuate de Fondul Monetar Internațional, regimul comercial al R.Moldova este „primul” (cel mai liberal). O țară ca Franța n-a liberalizat toate ramurile economiei, protejându-și și azi, prin taxe vamale înalte, agricultura și industria textilă. Moldova, însă, a procedat altfel. În consecință, aplicând pe parcursul a mai bine de un deceniu și jumătate de independență un regim comercial „cel mai liberal posibil”, țara noastră nu și-a găsit propria specializare internațională și, comparativ cu alte țări din Europa, a devenit mai săracă și mai puțin dezvoltată.

*Efectele negative ale liberalizării excesive a importurilor sunt:*

- a) Stabilirea tendinței de creștere a volumului deficitului comerțului exterior, începând cu anul 1994. În ultimii ani această tendință a devenit și mai pronunțată.





**Figura 2. Tendințele comerțului exterior al Republicii Moldova (2000-2006, mil. dolari SUA)**

b) În anii 1991-2000, RM a ocupat primul loc în lume la un asemenea indicator ca "reducerea PIB-ului pe parcursul unui deceniu". În această perioadă PIB-ul moldovenesc a scăzut cu 8,5% anual. Pe locul doi s-a plasat Georgia – 8,2%, urmată de Tadjikistan – 7,6%, Ucraina – 6,6%, Congo – 5,4%, Sierra Leone – 3,7%. În 2000, PIB-ul național a constituit doar circa 35% din nivelul anului 1990.

În așa mod, pe parcursul unui deceniu regimul comercial liberal al RM n-a asigurat nici creșterea economică și n-a contribuit în mod substanțial la trecerea la un tip de specializare mai superior. Ca rezultat, competitivitatea mărfurilor moldovenești tradiționale continue să scadă, lucru despre care ne vorbește și reducerea gradului de diversificare a exporturilor. Astfel, dacă în 1998 au fost exportate mărfuri din cadrul a peste 1000 de grupe tarifare, apoi în 2006, acest indice s-a redus până la circa 700 grupe de mărfuri. Mai mult, în acești ani circa 95% din exporturi erau asigurate doar de 15 grupe de mărfuri. Chiar și în 2006, PIB-ul moldovenesc constituia doar circa 48% din nivelul acestuia în 1991. Având o economie competitivă, țara noastră ar fi avut doar de câștigat de la un regim comercial liberal. Atunci, însă, când din cele 117 state monitorizate la indicatorul „competitivitatea globală”, Republica Moldova ocupă pozițiile 82-86, liberalizarea excesivă nu este tocmai adecvată situației.

Actualul regim comercial, care convine mai mult intereselor economice ale altor țări decât Moldovei și unor importatori suprainfluenți, impune autorităților de stat un comportament pasiv și puțin creativ. În plus, el nu permite dezvoltarea ramurilor în care avem anumite avantaje comparative, și sporește exodul brațelor de muncă peste hotare. Iar odată cu brațele de muncă pleacă și „posibilitățile” de trecere la un tip mai înalt de specializare.

Încă la începutul anilor 90, importurile lăsate în voia sorții au fost una din cauzele principale ale prăbușirii industriei moldovenești. Această politică a transformat R.Moldova într-o piață de desfacere a mărfurilor de larg consum de o calitate adeseori foarte suspectă și a orientat pe un făgaș greșit folosirea veniturilor populației.

În opinia noastră, importul trebuie să fie nu numai o sursă de obținere a unor profituri mari și să asigure țara cu produse de care duce lipsă. Importul urmează să devină și un instrument eficient de atingere a unor obiective strategice de primă importanță, cum ar fi respecializarea internațională a economiei în conformitate cu avantajele de care dispune. Vorbind despre țările din Europa Centrală și Orientală (deci și despre Republica Moldova), la mijlocul anilor 90 ai sec. XX, economistul francez Regis Chavigny menționa că „specializarea mediocră a acestor țări în exportul în principal al materiei prime și al produselor alimentare (situație cu care ele nu se pot împăca în ruptul capului, deoarece nu doresc să se transforme într-o periferie agrară Occidentului), „obligă” Europa de Est să recurgă la o formă de protecționism educativ simultan cu liberalizarea comerțului lor exterior.”

Astfel, în cazul țărilor în dezvoltare și al unor țări în tranziție, importul trebuie să fie nu doar un mijloc de acoperire a cererii de produse pe care țara respectivă nu le poate confecționa, dar și un instrument de trecere la un tip superior de specializare.

În structura importurilor moldovenești, ponderea grupei de mărfuri „Mașini și aparate, echipamente electrice și părți ale acestora”, deși în creștere în ultimii ani, constituie doar 13-14% din volumul total al importurilor. Pentru noi, aceasta este o cifră prea mică. În unele țări în tranziție, care acționează cu insistență în această direcție, ponderea mașinilor, aparatelor și echipamentelor în volumul importurilor este de 25-30%, iar în unele cazuri chiar mai mult.

**Evoluția structurii importurilor în anii 1991-2006**  
(principalele categorii de mărfuri importate, în %)

		1992	1997	2000	2002	2003	2004	2005	2006
1	Produse minerale	42	35,3	33	22,8	22,4	22	22	24,6
2	Mașini și aparate, echipamente electrice și părți ale acestora	8	13	13	14	16	13,5	13,6	14
3	Produse ale industriei chimice sau ale industriei conexe	4,4	10	10	11	10,4	9	10	8,3
4	Metale comune și articole din metale comune	6	4,4	4	5	4	6,2	7	8
5	Materiale textile și articole din materiale textile	10	10	10	9,3	10	8,5	7,8	7,6
6	Produse alimentare, alcool, tutun	23	7,5	9,2	7	8	6	6,5	6,7

*Sursa: Calculat de autor după datele Biroului Național de Statistică*

În 2006, Republica Moldova a importat mărfuri din categoria „Produse alimentare, băuturi alcoolice și fără alcool, tutun”, în valoare de 180 milioane de dolari. Este o sumă prea mare pentru o țară, avantajele comparative ale căreia țin anume de această categorie de produse. În Moldova, taxele vamale sunt foarte mici, încadrându-se în 0-15% din valoarea mărfii în vamă. Media simplă a tarifului vamal al RM este de 6% (pentru produsele agricole este de 12,6%, pentru cele industriale – 4%). În același timp, în UE media taxelor vamale la produsele agricole este de 20%. De ce și țara noastră n-ar putea majora taxele vamale la produsele în care ne specializăm, și anume la produsele agricole și textile, la unele produse electronice, la articolele din piatră, ipsos, ciment, ceramică, sticlă și materiale similare până la 25-30%? De ce n-ar fi aplicate multiplele instrumente netarifare pentru protejarea pieței interne în domeniile în care Moldova tinde să se specializeze? Prin instrumente tarifare și netarifare statul are posibilitatea să apere piața internă și să stimuleze cererea de produse fabricate în domeniile în care țara se va specializa.

Acestui obiectiv urmează să servească și politica în privința exporturilor, în sensul limitării la minim a materiei prime, în temei agricole, exportate peste hotare. În R.Moldova nu există nici un fel de taxe la exportul de materie primă, ceea ce nu corespunde intereselor naționale. Dacă acestea ar exista, țara noastră ar exporta produse alimentare manufacturate, și nu materie primă, schimbându-și, astfel, și în această privință tipul de specializare. Odată cu materia primă pleacă peste

hotare și posibilitatea de îmbogățire a țării. Cel mai competitiv produs de „export” moldovenesc a devenit forța de muncă. Acest export poate avea o justificare doar în cazul în care el poartă un caracter temporar, iar banii veniți în țară sunt folosiți pentru dezvoltarea businessului autohton.

Comerțul exterior este poarta pe care într-o țară, de obicei, vine prosperitatea, dar în unele cazuri, mai rar ce-i drept, poate veni și sărăcia. De secole, protejarea pieței interne a constituit una dintre principalele funcții ale statului. Această funcție este deosebit de importantă și în lumea contemporană. Ce-i drept, acum aceeași funcție este îndeplinită tot mai des în cadrul unor organizații economice regionale de tipul UE, ALENA, CSI etc.

### Concluzii

În prezent, economia Republicii Moldova se află la o treaptă inferioară a specializării internaționale a țărilor lumii.

Trecerea la un tip superior de specializare, în condițiile globalizării, este posibil prin politica de atragere a investițiilor străine în domeniile în care țara noastră are anumite avantaje comparative și competitive, precum și prin politica comercială. Moldova urmează să promoveze o politică comercială liberschimbistă, îmbinată cu protejarea domeniilor în care urmează să se specializeze. În acest scop, dacă va fi necesar, poate fi inițiată chiar procedura de renegociere a unor condiții de aderare a R.Moldova la OMC.

## ROLUL ȘI LOCUL SERVICIILOR PUBLICE ÎN STATELE UNIUNII EUROPENE

*Prof. univ. dr. hab. Ion PALADI, ASEM*

*The basic idea behind the creation of the European Union was a homogeneous economic habitat, based on the principles of free movement of goods, services, capital and labor resources. Public Services deserve a special position in the hierarchy of European goods and services markets. This is in part due to the special characteristics of this subject and of the restrictive/protective policies every state puts in effect. However the similarities of the measures implemented by every member state allow us to envision an effective and efficient structure capable of providing long term sustainable satisfaction of its beneficiaries.*

Pentru a putea înțelege rolul și importanța serviciilor publice în spațiul Comunității Europene, unde piața a fost și rămâne un factor determinant, este strict necesar un demers de prezentare a evoluției acestora în unele state occidentale, precum și a diferențelor care se reliefează de la o țară la alta. În Uniunea Europeană există o problemă care pune în discuție rolul fiecărui stat și finalitatea construcției europene: cum să se armonizeze serviciile publice naționale și locale cu ambițiile de realizare a unui spațiu economic comun?

Această problemă este de actualitate, deoarece există o contradicție vădită între interesul colectiv al serviciului public din interiorul unui stat și deschiderea față de concurența europeană. Construcția comunitară, prin esență economică la originile sale, a avut ca obiectiv realizarea unui spațiu economic bazat pe patru libertăți fundamentale: libertatea circulației mărfurilor, a capitalurilor, a serviciilor și a persoanelor.

Piața comună a serviciilor publice, definită ca o piață interioară unică, are drept scop obligarea statelor și a actorilor economici de a înlătura obstacolele acestui spațiu economic unificat. Intervenția statului, prin organele sale, în organizarea acestor activități de interes general, are la bază motive de ordin economic și social similare în majoritatea țărilor europene datorită tradițiilor juridice diferite, în fiecare stat existând însă deosebiri în ce privește organizarea și desfășurarea serviciilor publice, fără ca acest fapt să înlătore anumite similitudini, cum ar fi tendința permanentă de a găsi un echilibru între principiul eficienței economice și cel al menținerii gradului de suportabilitate socială.

În mod exemplificativ, să redăm serviciile publice din câteva state europene:

**Franța.** Conceptul de serviciu public a avut și continuă să aibă o deosebită importanță, beneficiind de o școală proprie, care a reușit să-l impună ca noțiune de sine stătătoare în cadrul doctrinei franceze de drept administrativ.

Rădăcinile teoriei serviciilor publice coboară în timp până în secolul al XVIII-lea. Jean Louis

Mestre relatează despre existența unui edict din 1776, în care se justificau unele acte de exproprierie prin necesitatea organizării unor "servicii de interes general". Consiliul de Stat al Franței a făcut apel la noțiunea de servicii publice pentru prima oară în 1873, în afacerea Blanco, fără să detalieze această noțiune. Până în perioada postbelică, teoria serviciilor publice a rămas un reper de mică importanță în ansamblul doctrinei și practicii administrației publice. Abia după ce conceptul de servicii publice a fost definit și fundamentat din punct de vedere dogmatic și juridic de către Leon Duguit și Școala din Bordeaux, precum și după menționarea sa în Preambulul Constituției din 1946, acesta a devenit obiectul unei cercetări mai amănunțite și a câștigat în importanță începând cu anii 1955-1960. Doctrina franceză distinge serviciul public în sens organizatoric, instituțional și serviciul public în sens funcțional. În sens organizatoric, el desemnează structura care are sarcina de a desfășura o activitate de interes general și forma juridică pe care o îmbracă aceasta. În sens funcțional, prin serviciul public se înțelege obligația organelor cu atribuții de administrație publică de a asigura desfășurarea unor activități de interes general în mod continuu și regulat.

În ceea ce privește sfera noțiunii de „servicii publice”, lucrările și studiile cu caracter teoretic se limitează, asemănător doctrinei germane, la enumerarea cu caracter exemplificativ a câteva activități considerate aparținând acestui domeniu. Se subliniază, însă, necesitatea operării distincției dintre „serviciile publice administrative” și „serviciile publice industriale și comerciale”, cu precizarea că și unele activități de natură economică și comercială desfășurate de stat sau de organele administrativ-teritoriale pot să intre în sfera noțiunii de „servicii publice administrative”.

Ținând cont de faptul că serviciile publice locale ocupă un loc important în sfera serviciilor publice, s-a abordat problema delimitării sferei acestei noțiuni. În țările membre ale Uniunii Europene, există o mare diversitate de servicii publice. *Din aceste consideren-*

te, se menționează cinci mari domenii ale serviciilor publice locale:

- a) igiena publică;
- b) comunicațiile;
- c) furnizarea energiei;
- d) activitatea cu caracter economic;
- e) protecția mediului.

**În primul și ultimul domeniu** se înscriu serviciile de furnizare a apei menajere și industriale, salubritatea și administrarea cimitirelor.

**În al doilea domeniu** se includ toate comunicațiile ingineresti (apeductele, sistemele de evacuare a apelor menajere etc.)

**În cel de al treilea domeniu** se numără serviciul de furnizare a gazului natural, a energiei electrice și termice, serviciul de administrare a parcarilor și proprietatea publică locală.

**În domeniul „activităților cu caracter economic”,** se includ piețele și târgurile, precum și alte servicii, cum ar fi cele de petrecere a timpului liber: pârtii de schi, băi termale etc. Există cazuri în care porturile sau aeroporturile sunt în administrarea comunităților locale pe al căror teritoriu se află și, în aceste situații, se consideră că ele constituie obiectul unui serviciu public de interes general.

Se poate observa că toate activitățile menționate au o natură economică, fără să înțelegem prin aceasta că ele sunt menite să aducă profit. Activitățile cu caracter cultural sau social, cum ar fi teatrele, muzeele, bibliotecile, nu sunt amintite.

**Italia.** Fără să aibă o influență atât de mare ca în Franța, și în Italia noțiunea de „servicii publice” are un rol important în teoria și practica administrativă „*Servizio pubblico*” este un termen utilizat în terminologia administrativă italiană, fundamentând domeniul de aplicare a unor principii, precum cel al continuității serviciului public sau de egalitate a beneficiarilor.

Serviciile publice, spre deosebire de Franța, au o constatare constituțională. Astfel, în art.43 din Constituția italiană se face referire la anumite „sectoare rezervate statului”, cum sunt administrarea surselor de energie, anumite monopoluri de producție și serviciile de interes public. Aceste sectoare vor putea crește ca număr sau aria lor de aplicare va putea fi extinsă, în funcție de cerințele cetățenilor, prin intermediul legiuitorilor sau al administrațiilor locale.

În ceea ce privește domeniile care fac parte din sfera noțiunii de servicii publice, aspectul acestora este foarte extins, întrucât la activitățile catalogate în general în Europa drept servicii publice (transportul în comun, telecomunicațiile, poșta) se adaugă altele, specifice (transportul pe căile de navigație, serviciul de televiziune prin cablu).

**Spania.** Locul și importanța serviciilor publice în societate sunt similare celor din Italia. Con-

ceptul de „servicii publice” poate fi întâlnit foarte des, atât în doctrină, cât și în legislația spaniolă (de exemplu, Legea telecomunicațiilor din 1987 și 1992, Legea privind serviciile de radio și televiziune din 1980).

În Spania, ca și în Italia, serviciile publice au primit o consacrare constituțională prin art.128, alin. (2) al Constituției din 1987. În acest articol, într-o formulare similară celei a art.43 al Constituției italiene, sunt menționate anumite „servicii fundamentale”, ca fiind rezervate unei gestionări sub control public”.

Asemănător Italiei, și în Spania s-a putut observa o evoluție spre anumite forme juridice în administrarea serviciilor publice, constând într-o „tendință de privatizare” vizibilă de la începutul anilor 80. Exemplul cel mai elocvent în acest sens îl reprezintă domeniul telecomunicațiilor, care a intrat, în baza unei legi speciale din 1983, într-un „program de demopolizare” menit să înlăture monopolul companiei „Telefonia”. Tot în această tendință se încadrează și legea care introduce o nouă reglementare privind infrastructura și transportul pe căile ferate, care a permis preluarea liniilor secundare de către întreprinzătorii privați.

Un aspect specific dreptului spaniol în acest domeniu îl constituie organizarea serviciilor publice pe regiuni, având la bază existența unor „comunități independente”.

**Marea Britanie** este, fără îndoială, statul membru al Uniunii Europene în care conceptul de servicii publice este cel mai puțin dezvoltat. Jurisprudența britanică relevă faptul că noțiunea de „serviciu public” – așa cum este înțeleasă și reglementată în dreptul statelor mai sus prevăzute – este străină sistemului juridic bazat pe „common law”, existând chiar cazuri de manifestare a unei adversități față de adoptarea acestui concept în țară. Desigur că și în Marea Britanie există activități și servicii publice de interes general, atât la nivel național, cât și local, acestea constatând o dezvoltare considerabilă încă din secolul al XIX-lea. Este necesar a aminti societățile de furnizare a utilităților în orașe („municipal utilities”), dintre care unele, în special cele de furnizare a apei, erau gestionate de autoritățile publice. După sfârșitul celui de al doilea război mondial a avut loc un amplu proces de preluare de către stat a acestor utilități.

Cu toate acestea, conceptul de serviciu public rămâne de o importanță secundară în cadrul sistemului juridic britanic.

**Germania.** Situația se prezintă oarecum diferit în Germania față de Marea Britanie, căci în locul sistemului bazat pe „common law”, aici există și se aplică un sistem de legi administrative foarte bine conturat, sub supravegherea unei instanțe specializate de contencios administrativ. Totuși, nici în această țară nu se poate vorbi de o tradiție în do-

meniul serviciilor publice. În legislația germană nu există dispoziții legale care să reglementeze acest domeniu, fapt care creează dificultăți de traducere și implementare a unor dispoziții din legislația comunitară referitoare la noțiunile de „sector public” sau „serviciu public”, acesta din urmă fiind tradus uneori ca „*öffentliche Dienstleistung*”, alteleori ca „*Daseinsvorsorge*”

Ca și în Marea Britanie, și în Germania există domenii care prezintă un interes public și în care statul, la nivel central sau local, exercită un control total sau parțial. Constituția federală face deosebire între activitățile de interes național (poșta, transportul pe calea ferată), cele de interes regional (stațiile publice de emisie radio) și cele de competența comunităților locale. Art.88 din Constituția germană conferă comunităților dreptul de a se autoadministra (garantarea dreptului la autoadministrare a comunităților). În exercitarea acestui drept constituțional, autoritățile locale organizează anumite activități cu caracter cultural, economic și social, care să satisfacă în mod corespunzător interesele cetățenilor săi. Ca o premisă dispensabilă pentru organizarea și administrarea unor servicii publice de către autoritățile locale, cele mai multe legi reclamă „utilitatea publică” a respectivei activități, iar întreprinderile care desfășoară astfel de activități au anumite obligații stabilite de lege.

**Olanda.** Conceptul de serviciu public are în Olanda o importanță minoră, iar dreptul olandez, foarte dezvoltat de altfel, se preocupă foarte puțin de acesta.

Trebuie, însă, arătat că cei care concesionează gestionarea unor activități care sunt de interes public (transport, furnizare de utilități), sunt ținute prin lege la respectarea anumitor „reguli de administrare” a acestor activități; astfel de obligații au fost impuse, spre exemplu, societăților care au preluat exploatarea unor domenii privatizate în ultimele decenii, cum ar fi telecomunicațiile sau serviciul de amenajare a orașelor. În țările membre ale Uniunii Europene, există o mare diversitate de servicii publice. Această diversitate reprezintă rezultatul istoriei, culturii, economiei și al alegerilor politice specifice fiecărei țări.

În pofida deosebirilor existente între statele europene, pot fi reliefate și anumite tendințe comune în apariția și dezvoltarea serviciilor publice începând cu secolul al XX-lea, odată cu edificarea statelor de drept în Europa și crearea primelor rețele cu caracter economic. În ceea ce privește fundamentul apariției serviciilor publice, acesta constă în faptul că statele europene au considerat că anumite activități și servicii, din rațiuni de interes public, nu pot fi lăsate să se desfășoare doar pe baza legilor pieței libere și a concurenței și că prin natura lor nu sunt susceptibile de o administrare pur privată.

Teoria „interesului public” are o importanță deosebită în spațiul european. Ea fundamentează juridic existența și rolul instituțiilor publice, fiind un reper important și în cadrul reglementărilor comunitare.

Asemănările cele mai evidente dintre legislațiile statelor europene privind activitățile de interes public constau în natura bunurilor și serviciilor care se încadrează în această categorie și în conținutul reglementărilor incidente în materie. Astfel, sectoarele controlate sau administrate prin intermediul autorităților publice sunt în esență aceleași; este vorba în majoritatea țărilor despre serviciile de furnizare a apei, a diferitelor tipuri de energie, poștă, transport, telecomunicații și domeniul audio-vizualului.

De asemenea, există reglementări asemănătoare în ceea ce privește activitățile de interes care necesită folosirea unei infrastructuri; legislațiile țărilor în discuție stipulează reguli precise cu privire la exploatarea acestei infrastructuri (care face parte din domeniul public), la facilitățile de care se bucură operatorii de astfel de servicii, precum și la principiile pe care aceștia trebuie să le respecte în exploatarea acestor servicii (egalitatea beneficiarilor în ce privește accesul la ele și utilizarea acestora, tarife suportabile social, continuitate etc.). Nu în ultimul rând, motivele intervenției statului în aceste sectoare sunt similare: existența unor monopoluri naturale, a unor domenii în care inițiativa privată este prea lentă sau insuficientă, caracterul „strategic” al anumitor bunuri și servicii, asigurarea unei prestări constante și sigure etc.

După cum s-a putut observa, există și deosebiri în ceea ce privește importanța serviciilor publice și reglementarea lor în diferitele legislații europene care, fără a fi de esență, individualizează și deosebesc sfera și conținutul acestora, în fiecare stat în parte.

Astfel, Italia a dat o interpretare extensivă acestui concept, incluzând aici la furnizarea de energii neconvenționale și serviciile de televiziune prin cablu. În unele țări s-a adoptat soluția adaptării directe a acestor activități de către operatori la regimul de drept public, în vreme ce alte state s-au orientat spre o concesionare cu întreprinzătorii privați. După cel de al doilea război mondial, formele juridice și modalitățile de gestionare a serviciilor publice s-au diversificat chiar în cadrul aceluiași stat, de la sector la sector (spre exemplu, serviciile de furnizare a apei se prestează mai bine la o administrație locală, în vreme ce transportul pe calea ferată – nu). Se întâlnesc astăzi forme de gestiune directă și delegată, centrală și locală, prin operatori publici sau de drept privat, aflați sub control public etc. Antrenând întreprinzătorii privați, autoritățile publice pot reorienta potențialul lor pentru dezvoltarea altor servicii publice, astfel lărgind sfera de prestare a serviciilor publice pentru comunitățile respective.



În cadrul statelor membre ale **Uniunii Europene**, concepția privind rolul și locul serviciilor publice în ansamblul activității de administrație publică, precum și reglementarea lor juridică prezintă diferențe de abordare, uneori semnificative, în cadrul acestor state. Acest fapt a prilejuit dispute în cadrul discuțiilor pe această temă la nivelul Comunității Europene, opunând mai ales reprezentanții unei abordări concurențiale în reglementarea serviciilor și a liberalizării pieței serviciilor publice adepților unei implicări mai active a statului în gestionarea și organizarea corespunzătoare particularităților naționale ale serviciilor respective.

Mult timp instituțiile comunitare, preocupate de reglementarea organizării și dezvoltării activităților economice de interes comun, au relativizat diferențele existente dintre parteneri în concepțiile lor privind statul, administrația publică și libertățile fundamentale. Democrația și economia de piață au reprezentat priorități majore, fiecare stat având posibilitatea de a-și păstra specificul național în reglementarea celorlalte sectoare. Situația actuală este diferită, marea piață unică europeană a devenit o realitate, prilejuind o reorientare a sferei interesului organelor comunitare la elaborarea unor reguli minimale pentru un „serviciu public european”.

Problema serviciului public, mult timp considerată secundară, a devenit determinantă pentru dezvoltarea comunitară. Astfel, tratatul privind crearea Comunității Europene, semnat la Roma în 1957, acordă foarte puțin spațiu serviciilor publice. Pentru o îndelungată perioadă reglementările comunitare și activitatea instituțiilor europene au confirmat această orientare, în timp ce jurisprudența Curții Europene de Justiție a abordat mai tranșant problema serviciilor publice abia la începutul anilor 90. Tratatul de la Roma din 25 martie

1957 cuprinde o singură mențiune referitoare la „serviciile publice” la care se adaugă alte câteva referiri tangențiale. Astfel, în legătură cu domeniul transporturilor, art.77 din Tratat (devenit art.73 prin Tratatul de la Amsterdam din 1997), afirmă că „sunt compatibile cu prezentul tratat ajutoarele care răspund cerințelor de coordonare a transporturilor sau care corespund rambursării anumitor prestații interne noțiunii de serviciu public”. Aceasta este singura referire directă la noțiunea de serviciu public, pe lângă care putem identifica însă o serie de alte trimiteri indirecte în acest concept. Astfel, art.48 din Tratat (devenit 39) privind libera circulație a forței de muncă pe teritoriul Comunității exclude din sfera sa de incidență „angajările în administrația publică”.

Concepția Comisiei Europene privind Tratatul de la Roma expune că acest tratat este vizat să privilegieze liberalismul economic pentru a promova dezvoltarea serviciilor publice. În acest context, începând cu anul 2006, se poate observa o schimbare a atitudinii Comisiei Europene în ce privește întreprinderile publice titulare de drepturi speciale sau exclusive. De asemenea, în cadrul unei comunicări din 11 septembrie 2006 privind „serviciile de interes economic general în Europa” Comisia încearcă o circumscriere a sferei acestei noțiuni, arătând că ele sunt „activități de serviciu comercial, care îndeplinesc misiuni de interes general”. Așa este cazul serviciului de transport în comun, de furnizare a energiei electrice, de comunicații. Aceste servicii nu corespund strict unor nevoi materiale, ci servesc și unor scopuri de natură socială.

Un moment recent al evoluției serviciilor publice îl reprezintă proiectul Cartei verzi a serviciilor publice de interes general, proiect inițiat de către Centrul european al întreprinderilor cu participare publică și de interes economic general, transmis spre studiu Consiliului Uniunii Europene.

#### **Bibliografie:**

1. The European Union and the regions. Ed.B.Jones, M.Keating. Oxford, U.K., N.8, 2006
2. Anton P. Parlagi; Cristian Iftimoaie. *Serviciile publice locale*. București: Editura Economică, 2001
3. The political economy of regional cooperation: comparative case. M.A.Xline (Ed.) L.2004
4. Пиккулькин А.В. *Система государственного управления*. Москва, 2007

## ROLUL DIPLOMAȚIEI ECONOMICE ÎN DEZVOLTAREA ECONOMIEI MONDIALE

*Conf. univ. dr. Nicolae ȚĂU;  
Drd. Valentin Stegăroiu, ULIM*

*Economic diplomacy is the closest direct, acceptable, and regular contact in international economic relations. Economic policy is formation and direction; diplomacy is communication and implementation – the lubricant of foreign policy machinery. Traditionally, its form derives from the nature of the state system itself. In the absence of a common forum, such as an international parliament, states were obliged to regulate their contacts directly. As international economic relations became more complex, they were obliged to become knowledgeable about the state to which they had been sent, skilled not only in advancing their sovereign's interests there but in interpreting what was going on in the other sovereign's mind, the better for sovereign to gain or to forge understandings to their mutual advantage.*

Pe parcursul secolului XIX, relațiile economice internaționale au avansat mult mai repede decât producția economică. Argumentul forte este că, datorită implementării și promovării diplomației economice, economiile diferitelor țări în această perioadă au devenit tot mai deschise pentru comerț, majorând esențial profitul din comerțul exterior. Exportul țărilor europene, în 1913, a atins nivelul de 14 la sută din PIB, pe când în 1830 acesta era numai 5,5 la sută, iar în secolul XVIII – 2-3 la sută [1, p11]. În același timp, comerțul internațional și-a schimbat structura: dacă în secolele precedente exportul era bazat pe mărfuri specifice, în secolul XIX 60 la sută era bazat pe comercializarea resurselor, mai târziu trecând la schimbul de mărfuri industriale.

De la stabilirea primelor contacte între țări, legăturile economice s-au transformat în relații importante care, cu timpul, au fost numite internaționale. Din istoria diplomației, cunoaștem că primii diplomați au fost oameni de afaceri și bancheri, iar primele contracte semnate referitoare la relațiile comerciale reprezintă primele documente diplomatice semnate între țări. În acest timp s-a majorat substanțial numărul țărilor care stabilesc relații diplomatice la nivel de ambasade. Majoritatea țărilor în personalul ambasadelor au inclus postul de ministru-consilier care coordonează activitatea în domeniul relațiilor economice internaționale. Aceasta a dus la dezvoltarea rapidă a comerțului internațional. Datele arată că, din 1830 până în 1913, comerțul internațional a crescut de 20 de ori, în timp ce în perioada celor trei secole precedente – doar de 3 ori. În anul 1913, comerțul internațional a atins 33 la sută din producția internațională, pe când în 1800 era de 3 la sută.

Nu întotdeauna interacțiunea dintre politică și economie putea fi numită diplomație economică. Cristalizarea mai mult sau mai puțin recunoscută a noțiunii *diplomație economică* ține de ultimele decenii ale secolului XX. Ea reprezintă un aliaj în care se contopesc toate componentele relațiilor internaționale și diplomatice, inclusiv mecanismele economice și sociale, militare, de investigații, care ajută la dirijarea societății.

Diplomația economică este puțin studiată ca domeniu al activității internaționale în sfera relațiilor social-politice. Totodată, ea este parte de nedespărțit a științei și practicii economiei mondiale și a activității internaționale economice, precum și a relațiilor internaționale în toate dimensiunile: politice, economice, de drept, sociale, culturale și religioase. Pentru explicarea esenței diplomației economice nu este de ajuns să ne limităm la „economizarea politicii” și la „politizarea economiei”: ambele aceste fenomene și-au găsit locul în domeniul dirijării proceselor sociale. Acest proces este diplomatic nu numai prin esența sa (corelarea intereselor reciproce contradictorii, elaborarea unor „reguli de joc” reciproc acceptabile, trecerea conflictelor, disensiunilor ce apar pe un alt teren – pe aria negocierilor prin soluționarea pașnică a diferendelor), dar și drept criteriu administrativ, deoarece rolul primordial în promovarea diplomației economice le revine, prin tradiție, departamentelor relațiilor externe, ministerelor afacerilor externe ca instituții de stat capabile să realizeze scopurile naționale.

Diplomația economică presupune recunoașterea unei practici economice conștientizate, priorității reformismului rațional, fără a miza pe cataclisme sociale. Ea contează pe colaborarea echitabilă și egală în drepturi a tuturor participanților legitimi la gestionarea economiei mondiale în regimul acțiunilor previzibile și pe baza recunoașterii indiscutabile a intereselor legitime ale tuturor participanților indiferent de formele de proprietate, prin respectarea de către ei a angajamentelor internaționale și a normelor unanim recunoscute ale dreptului internațional. De unde rezultă că diplomația economică trebuie să ofere întregii comunități platforma necesară pentru tratative, pentru o dezvoltare echitabilă și egală în drepturi, fără a admite samavolnicia și dictatul internațional.

Diplomația economică, ca și diplomația în genere, este parte organică componentă a politicii externe, a activității statelor pe plan internațional, deoarece anume politica externă determină scopurile și sarcinile diplomației economice care conțin o totalitate

de măsuri practice, precum și formele, mijloacele și metodele folosite la înfăptuirea politicii externe.

În opinia noastră, chiar dacă diplomația economică până la un timp nu a fost recunoscută oficial, aceasta nicidecum nu înseamnă că analiștii nu acordau atenție orientării economice în relațiile internaționale, mai ales în literatura științifică. Putem vorbi despre două moduri distincte de abordare a standardelor diplomației economice: politic și economic. Firește că abordarea politică predomină. Cât despre conținutul intern al diplomației economice, acolo în ultimele decenii s-au produs profunde transformări calitative. Parametrii de bază ai acestor schimbări pot avea următoarele aspecte: economic mondial, regional, politico-ideologic, de prognozare.

Se mai poate vorbi și despre existența în diplomația economică a două direcții de legătură între economie și politică: directă și inversă. Tonul îl dă diplomația care însumează o totalitate de măsuri, procedee și metode nemilitare aplicate prin prisma condițiilor concrete și caracterului sarcinilor propuse. Evident că ele trebuie să fie internaționale prin sfera unde se manifestă cât mai substanțiale ca esență, iar în ce privește importanța – să exprime interesele naționale și să asigure securitatea națională. Clar lucru că odată cu creșterea internaționalizării vieții economice, printre sarcinile enumerate un rol din ce în ce mai important trebuie să revină problemelor economice atât la nivel macro, cât și micro.

*Suntem de acord cu Șcetinin V. D. care argumentează că unitatea dintre politică și economie se manifestă prin următoarele modificări structurale, avându-se în vedere:*

- a) caracterul activității;
- b) tehnologia dirijării;
- c) succesiunea priorităților;
- d) mecanismul realizării [2, p.26-27].

Dar înainte de a examina problemele realizării acestor standarde în teoria contemporană și practica diplomației economice, vom face o scurtă privire asupra preistoriei diplomației economice. Unii autori susțin că prima informație cu caracter comercial-politic se întâlnește încă în Vechiul Testament, luând drept exemplu contractul comercial dintre Solomon și Hiram [3, p.19]. Mult mai târziu, perioada fărâmițării feudale (sec. XII-XIII) a extins funcțiile diplomației. Este cunoscut faptul că întreaga istorie multiseculară a serviciului diplomatic din diferite țări, formarea și dezvoltarea lui sunt indisolubil legate de relațiile economice internaționale [4, p.332].

Încă până la revoluția industrială au existat instituții financiare cu relații internaționale extinse în orașele negustorești medievale – Veneția, Barcelona, Genova. Se întâmplă că băncile mari își asumau rolul de creditori ai „expedițiilor coloniale”. În sec. XVII au apărut un șir de companii comerciale; unele monarhii europene (Anglia, Olanda, Danemarca, Spania) le-au dat dreptul să desfășoare comerțul colonial exterior și

să exprime interesele politice ale țărilor lor în anumite teritorii de peste mări. Interesele economice au devenit pentru diplomație acel punct de sprijin pe care se țineau toate pârgurile puterii de stat.

Sub aspect organizatoric, diplomația economică contemporană a fost precedată de etapa diplomației comerciale. De fapt, această circumstanță n-a schimbat nici una din trăsăturile substanțiale în activitatea politică internațională: pentru ca alianța dintre diplomație și economie să capete trăsăturile unui fenomen comun generalizator, era nevoie de ceva mai mult decât de o simplă asigurare diplomatică, fie și extrem de subtilă, prin forma ei aristocratică și politică a cerințelor comerciale ale industriașilor și agrarienilor din diferite țări de peste hotare.

Forțele economice, mai devreme sau mai târziu, însă în mod inevitabil își găsesc expresia în domeniul politic. Așa că problema când anume plasarea capitalurilor peste hotare va schimba politica externă e o problemă ce ține numai de timp. Specialiștii urmăresc, pe baza de material concret, legătura reciprocă care conchide în timp, devansează sau întârzie dintre economia și politica principalelor țări ale lumii. Acest proces al raporturilor de reciprocitate s-a afirmat cât se poate de clar în etapa actuală a economiei mondiale, care a primit denumirea de etapă a globalizării.

Despre apropierea neîntârziată a unei noi etape în dezvoltarea economiei mondiale savanții au avertizat demult. Încă la începutul secolului trecut, ei au prorocit începutul interimperialismului ca cel mai înalt stadiu pe care îl poate atinge economia liberă de piață. Din această constatare au fost trase concluzii ample prin consecințele lor, inclusiv pentru activitatea politică, pentru diplomație.

Într-o formă generală procesele pieței au creat un șir de posibilități economice pentru accelerarea în devans a progresului economic. Ele înlesnesc interacțiunea economică la toate nivelurile internaționale, stimulează în anumite condiții creșterea economică, contribuie la accelerarea și majorarea proporțiilor schimbului de realizări performante ale omenirii în sferile economică și intelectuală, intensificând astfel progresul social mondial. Aceste tendințe oferă noi posibilități și pun mereu noi sarcini în fața diplomației economice, fac să devină extrem de necesară această sferă a activității internaționale.

Globalizarea proceselor economice și universalizarea formării prețurilor în condițiile pieței au dus la extinderea consecințelor negative ale „aritmiei” pieței pe plan local. Prioritatea factorilor și stimulentele pieței în lipsa unor mecanisme de frânare cât de cât reale duce la accentuarea diferențierii și inegalității în economia mondială la toate nivelurile – național și internațional.

Un caracter contradictoriu are interacțiunea stimulentele și mecanismelor de piață ale economiei liberale: paralel cu aspectele pozitive privind accelerarea creșterii economice, crearea premiselor și



nerale pentru dinamizarea concurenței, aceste stimulente au și laturi extrem de negative (degradarea avantajelor concurenței naționale vizavi de giganții financiar-industriali internaționali, înrăutățirea condițiilor pentru creșterea și perfecționarea potențialului uman național etc.). Ar mai fi de adăugat că procesele transnaționale din domeniul economiei au dus la degenerarea crimei organizate naționale într-o crimă internațională.

Cele două modalități de abordare a diplomației economice (abordarea politică și economică) prin conținutul, scopurile și procedeele de realizare au avut un șir de *consecințe pentru diplomația economică, inclusiv:*

- se detașează unele ramuri și sfere ale activității economice care devin subiecte ale diplomației economice (comerțul, investițiile, impozitele);
- se conturează tot mai mult ideea necesității „globalizării cu chip de om” (prin prisma tradițiilor și valorilor naționale fără a admite exagerarea rolului orientării sociale în procesul dezvoltării economice). Atât teoria, cât și practica economică confirmă punctul de vedere că potențialul uman devine cel mai important factor al creșterii economice durabile. Majorarea investițiilor în dezvoltarea umană este considerată acum drept linie strategică care asigură sporirea eficienței economiei, secolul XXI devenind secolul celor care au capital uman dezvoltat și nu celor care dispun de mai multe resurse naturale sau de fonduri fixe;
- se mai observă și o creștere a parametrilor sociali și promovarea factorului uman ca aspect important al diplomației economice. Dezvoltarea potențialului uman a devenit un indice important care demonstrează capacitatea unor țări, a comunității mondiale în ansamblu de a răspunde la solicitările imperioase ale producției moderne, inclusiv la nivel internațional cu ajutorul mijloacelor și metodelor diplomației economice;
- devine tot mai larg cercul participanților la întregul proces al diplomației economice. Paralel cu pozițiile tradiționale rezervate serviciului diplomatic profesional, la diplomația economică încep să participe și alte formațiuni obștești, inclusiv businessul particular (privat).

Făcându-se astfel apariția, „diplomația particulară” exercită o influență contradictorie: în loc să-și atribuie dreptul de a reprezenta întreaga societate și numai în favoarea sa, „diplomația particulară” se caracterizează și prin unele aspecte constructive. Drept exemplu pot servi procedeele și metodele de soluționare a unor probleme, între altele, din domeniul ecologiei. Se știe că organizațiile businessului particular într-un șir de cazuri se dovedesc a fi mai eficiente în comparație cu programele de stat.

Odată cu apariția „diplomației particulare” apare și problema coordonării mecanismelor internaționale, ca nu cumva diplomația economică să devină un ostatic al conflictelor, în care cel puțin una dintre părți este o firmă particulară. Una din căile de soluționare este calea juridică, care constă în crearea mecanismelor de reglementare alternativă a litigiilor, inclusiv arbitrajul conform regulilor Camerei internaționale de comerț, Centrului internațional pentru reglementarea diferendelor ce țin de investiții sau Comisiei ONU pentru dreptul comercial internațional, conciliere și mediere. A doua cale este cea politico-statală care prevede stabilirea căilor legitime de transmitere a intereselor particulare (inclusiv ale țărilor străine) către organele puterii de stat ale țării de reședință sau ale țării-gazdă:

- datorită globalizării, diplomația economică încetează de a mai fi o activitate pur interstatală. Funcțiile ei s-au conturat de-a binelea în ce privește asigurarea politică și juridică a economiilor naționale pentru preluarea standardelor internaționale în condițiile asigurării intereselor naționale, fără ca aceasta să fie în detrimentul securității naționale. Cunoaște o anumită evoluție și concretizarea regulilor legate de acordarea suportului politic propriului business peste hotare. Printre obiectele protejate alături de firmele naționale nimeresc și firme străine, iar rolul de protectori (lobi) îl pot avea și foștii diplomați;
- paralel cu „diplomația particulară” se afirmă și unele variante ramurale ale diplomației economice care sunt niște prototipuri ale „problemelor sectoriale”, având un caracter global: energetică, ecologică, alimentară etc. În condițiile globalizării, bunăoară, un interes sporit trezește comportamentul țărilor când vine vorba despre o problemă cardinală, cum ar fi gradul de posedare a resurselor energetice și controlul asupra debitării lor, asupra căilor și mijloacelor de furnizare. Unul din marii cunoscători ai acestui domeniu, J. Mitchell, într-o lucrare despre „noul sistem geopolitic al energiei”, menționează că în etapa actuală „aritmetica energiei se subordonează mai mult factorului politic”. [5,p.178] Argumente similare pot fi aduse și în legătură cu alte aspecte sectoriale ale diplomației economice;
- odată cu trecerea la noile condiții de funcționare a economiei mondiale, devine tot mai dificilă depășirea noilor probleme și provocări globale. Pe acest teren se ciocnesc unele tendințe contradictorii. Pe de o parte, ținerea sub control a intereselor generatoare de conflicte, asigurarea soluționării lor pe baza acelor „reguli de joc” care au fost elaborate și se perfecționează în comunitatea internațională. Aceasta este o sarcină reală importantă,

pe care teoria și practica o pun în fața diplomației economice. Pe de altă parte, paralel cu funcția elaborării și respectării standardelor coordonate pe plan internațional, a dreptului internațional și a angajamentelor internaționale, în sfera diplomației economice nimeresc și măsuri de natură contradictorie, când standardele internaționale aproape că sunt „sacrificate” de dragul concepțiilor ideologice naționale și alte concepții;

- există tendința de a atribui o importanță tot mai mare diplomației economice. Viața a confirmat prognozele făcute anterior despre creșterea rolului diplomației în dezvoltarea globa-

lă. Cunoscutul profesor american E. Johnson a formulat această idee în felul următor: „Cu cât mai mare este interdependența diferitelor părți ale comunității mondiale, cu atât mai important devine rolul diplomației” [6, p.9]. Se dezvoltă interesele naționale, se modernizează totodată și mijloacele pentru asigurarea lor, inclusiv cu ajutorul diplomației economice.

În *concluzie*, noi considerăm că, pornind de la funcția de a contribui la elucidarea unor aspecte particulare, diplomația economică trece tot mai mult la asigurarea sarcinilor dirijării de către stat a întregului proces. Această mutație își găsește reflectarea în relațiile economice internaționale contemporane.

#### Bibliografie:

1. Jean-Louis Mucchielli, *Relations Economiques Internationales*, Hachette Livre, Paris, 1994, p.11.
2. Щетинин В. Д. *Экономическая дипломатия, изд-во «Международные отношения»*, 2001, с.26-27.
3. Заллет Рихард. *Дипломатическая служба. Ее история и организация во Франции, Великобритании и Соединенных Штатах.* – М., 1956. – с.19.
4. *Дипломатический словарь.* – Т. 4. – М., 1984 – с.332.
5. Mitchell J. *The New Geopolitics of Energy.* – L., 1996, p.178.
6. *The Dimensions of Diplomacy.* Washington-New York, 1967. p.9.

## ABORDAREA MULTIDISCIPLINARĂ LA CREAREA STRATEGIILOR PE PIAȚA INTERNAȚIONALĂ A INVESTIȚIILOR

*Drd. Olesea MELNICENCO, ASEM*

*This paper invites to pay an attention to the multidisciplinary approach in analyzing strategies of investment market. Because different views and mental models co-exist, we rely on the idea that only multidisciplinary application of knowledge permits to evaluate correctly the transformations on the international financial market. We focus particularly on the necessity of application of social sciences and natural physical/biological/social analogs.*

Prezentul articol este dedicat problemei abordării multidisciplinare în studierea pieței internaționale a investițiilor. Cu toate că scopul articolului este unul științific, sper să aibă și aplicare didactică. În ultimii ani, tot mai mult se vorbește despre specializarea cunoștințelor și instruirea specialiștilor ce posedă cunoștințe vaste într-un anumit domeniu, ceea ce ni se pare absolut incorect.

În anul 1984, în SUA, a fost creat Institutul Santa Fe (The Santa Fe Institute), care are ca scop studierea independentă multidisciplinară în fizică, biologie și științe sociale. Cercetătorii, lucrătorii instituțiilor de stat și private colaborează pentru a înțelege mecanismele complicate ale lumii contemporane. Ideea institutului ne-a părut foarte aplicativă pentru piața financiară internațională. Natura pieței este foarte complicată ca să fie inclusă într-o oarecare formulă. Piața apreciază libertatea, originalitatea, flexibilitatea gândirii, care apare ca rezultatul sintezei a mai multor discipline științifice, ce nu au nimic în comun la primă vedere.

Unul din partenerii cunoscutului investitor-geniu Warren Buffet – Charlie Mangher a introdus noțiunea de Investire Nouă. Teoria lui a fost realizată mai târziu de Bill Miller. Conceptul e simplu: Investirea Nouă este direcționată de un „apetit” intelectual puternic, setea de idei și cunoștințe noi și aplicarea lor.

Suștinând această părere, **Institutul Santa Fe a ruinat dogmele teoriei clasice și a evidențiat patru caracteristici, specifice pentru economia contemporană:**

1. *Interacțiune dizolvată.* Ceea ce are loc în economie se determină prin activitatea multor agenți independenți. În plus, acțiunile fiecăruia dintre ei depind de acțiunile așteptate ale numărului limitat al altor agenți și de sistemul creat de ei.
2. *Lipsa dirijării globale.* Deși există legi și instituții, nu există o ființă globală, care va direcționa economia. Economia este dominată de concurență și coordonare din partea agenților sistemului.

3. *Adaptarea permanentă.* Comportamentul, activitatea, strategiile agenților, la fel ca și produsele și serviciile lor, sunt permanent revăzute. Cu alte cuvinte, sistemul se adaptează permanent. Se creează noi produse, piețe noi, forme de comportament noi etc. E un sistem permanent în lucru.
4. *Dinamica neechilibrată.* Spre deosebire de modelele echilibrate, care au dominat în economia clasică, savanții de la Institutul Santa Fe sunt convingeți că economia, care permanent se schimbă, există departe de echilibru.

Ideea studierii economiei contemporane ca a unui sistem complex nu este nouă. Teoria haosului, apărută la sfârșitul sec. XIX, este aplicată cu succes nu numai în fizică, dar și în studierea proceselor economice.

Vorbind despre piața internațională a investițiilor, am considera interesantă pentru aplicare și așa-numită „problema lui El Farol” („El Farol Bar problem”), creată, în 1994, de către Brian Arthur. Modelul are toate caracteristicile unui sistem adaptiv complex și analizează comportamentul agenților în acest sistem. Adoptarea deciziilor se bazează pe modelarea prognostică. Totodată, modelul aplică postulatele teoriei darwiniste despre selecția naturală. De ce „problema lui El Farol” poate fi aplicată pe piețele financiare? Deoarece una din primele întrebări cu care se confruntă investitorii este prognozarea sistemelor adaptive (acestea pot fi piețele locale, corporațiile transnaționale etc.). Am putea afirma că ne aflăm la nașterea unei economii absolut noi, caracterizate prin evoluție aplicativă. Așadar, „problema lui El Farol”, care este un element al teoriei jocurilor în complex cu teoria biologică a lui Darwin, pot explica unele efecte pe piața financiară dintr-un simplu motiv – piața financiară e un sistem complex cu trăsături specifice. Despre avantajele aplicării modelelor matematice în economie și, mai ales, în activitatea investițională se discută și se scrie mult. Totuși, suntem convingeți că adaptarea conceptelor din fizică, biologie, dar, mai ales, din filozofie și psihologie la cercetarea piețelor contemporane este un viitor al științei economice.

Piața internațională a investițiilor e un sistem autoorganizat și, desigur, autoadaptiv. Pentru țări ca Republica Moldova, care și-au pus un scop important – atragerea investițiilor din fluxul global al capitalului, înțelegerea proceselor, dar, mai ales, a esenței acestor procese, este o afacere primordială. Cum sunt organizate relațiile și piețele regionale, cum funcționează ele și ce legi respectă? Răspunsurile la aceste întrebări ne pot servi drept bază pentru adoptarea unor decizii corecte macroeconomice. Abordarea multidisciplinară poate fi o nouă viziune în profunzime. Această privire ne poate da avantaje incomparabile cu ceilalți jucători ai pieței. Dar pentru realizarea acestora este necesară o privire atipică asupra proceselor pe piața internațională a investițiilor, o privire analitică, bazată pe cercetări multidisciplinare.

„Jucătorii” pieței internaționale a investițiilor (corporațiile, guvernele etc.) activează într-un mediu autoorganizat. Știința sociologică ne răspunde la multe întrebări despre funcționarea și formarea acestui mediu. Teoria autoorganizării, teoria apariției (theory of emergence) și altele pot și trebuie folosite pentru cercetări economice și analize aplicative. În SUA, deja sunt laboratoare și institute, care se ocupă cu astfel de studii. Cel mai cunoscut este laboratorul Los Alamos (Los Alamos National Laboratory). Recent, acolo s-au studiat combinațiile simbiotice ale oamenilor și rețelelor, folosirea vastă a resurselor Internetului în activitatea umană, în general, și în economie, în special. Savanții afirmă că avantajele, pe care le-a căpătat omenirea, vor crea o abilitate colectivă autoorganizată pentru soluționarea problemelor sociale. Desigur, economiștii speră la rezolvarea problemelor economice, în primul rând, cum ar fi crizele mondiale drastice, crahurile bursiere etc.

E interesantă descoperirea, pe care a făcut-o Norman Johnson, unul din lucrătorii laboratorului. El afirmă că, dacă un sistem este limitat de specialiști de înaltă calitate, calitatea comună a deciziilor scade. Fără îndoială, rezultatele cercetării le cunosc guvernanții, liderii țărilor dezvoltate. Aici putem doar presupune: poate țările bogate sunt interesate în eficacitatea minimă a celor sărace, deci eficiența totală crește din acest motiv și ele doar profită. Dacă acceptăm că piața globală e un sistem și afirmația lui Johnson e veridică, atunci rămâne doar să ne punem pe gânduri...

Vorbind despre pluridisciplinaritate, este necesar să menționăm că această abordare trebuie să fie nu numai extensivă, ci și intensivă. Adică la crearea strategiilor de succes pe piața investițională studierea cunoștințelor noi în domeniul economiei este de o necesitate vitală. Limitarea la economia clasică înseamnă limitarea progresului și ca rezultat – soarta de outsider. Piața financiară contemporană, cu toate că încă mai folosește modelele clasice, tot mai des nu poate fi prognozată, dar chiar și analizată cu ajutorul lor.

Modelele intelectuale, create cu mulți ani în urmă, nu fac față trendurilor recente. Ele se schimbă, cum se schimbă și mentalitatea, și modul de gândire a omului. În anii 40, psihologul din Scoția K. Craik a publicat lucrarea „The nature of explanation”. Ideile lui au fost continuate de P. Johnson-Laird („Mental models”). Ei au studiat modelele intelectuale, folosite de oameni. Am recomanda cărțile acestea pentru analiză obligatorie la facultățile economice. Autorii au aplicat o nouă privire asupra percepției fenomenelor sociale și economice. Deci, ca să nu ne aprofundăm în esența acestor lucrări geniale, vom constata doar că s-a tras o concluzie: limitarea gândirii la un anumit număr de modele duce la concluzii greșite. Desigur, la crearea strategiilor investiționale chiar și o singură concluzie sau decizie greșită poate avea consecințe fatale.

Lumea contemporană, și economia desigur, la fel este foarte pragmatică. Foarte rar un om de

afaceri, un politic va realiza ceva fără sens. Timpul înseamnă bani. Folosirea eficientă a resurselor este un moment esențial, deci toate resursele sunt foarte limitate. Una dintre doleanțele autorului acestui articol este ca economiștii autohtoni, care încă nu folosesc multidisciplinaritatea în activitatea lor, să o aplice. SUA cheltuiesc milioane de dolari pentru cercetări de acest gen, mii de oameni lucrează pentru aplicarea modelelor complexe. Principalul accent am dori să-l punem pe momentul că noi nu trebuie să mergem în altă direcție și tot mai mult să ne specializăm. Viziunea pragmatică și cea de perspectivă constau în faptul că toate fenomenele contemporane în economie și investiții, în special,

trebuie privite prin prisma tuturor cunoștințelor acumulate de omenire.

Astăzi, am putea afirma că caracterul multidisciplinar al cercetărilor înseamnă competitivitate maximă a rezultatelor aplicative ale acestora, și, consecutiv, a economiei naționale. Omenirea e foarte mobilă și accesul la informație este destul de simplificat. Deci, în lupta mondială câștigă nu acela care posedă informația, ci tot mai des acela care o poate prelucra, modela, analiza.

În economie nu există legi absolute. Numai manevrarea profesionistă, gândirea inovativă e regina și mama tuturor succeselor, în afara acelor, desigur, care sunt proiectate de Dumnezeu.

#### Bibliografie:

1. Robert G. Hagstrom *Investing: the last liberal art* – Texere, New York – London, 2005
2. J. Doyne Farmer *Market force, ecology and evolution*, working paper, version 4.1, Santa Fe Institute, 2000, Feb. 14
3. Kenneth Craik *The nature of explanation* – Cambridge University Press, London, 1952
4. www.santafe.org
5. www.lanl.gov

## COOPERAREA INTERNAȚIONALĂ ÎN SFERA ASIGURĂRILOR ȘI REASIGURĂRILOR ÎNTRE REALITĂȚI ȘI NECESITĂȚI

*Conf. univ. dr. Stanislav FOTESCU;  
Lect. univ. sup. Anatol ȚUGULSCHI, ASEM*

*This article is dedicated for necessity of international partnership using in insurances and reinsurances. In this context there was identified problems in this national system of insurances comparison and solution ways of these through international partnership, event that making possible applying of non traditional methods of reinsurances, and at the same time, modernizing financial produces distributed on national sector of insurances.*

**Cuvinte-cheie:** *reasigurare alternativă, capitalizarea asigurărilor, concept de asigurare, gestionarea activelor asigurătorilor, comunitatea mondială a asigurărilor, parteneriat internațional în asigurări, sector național de asigurări, autoritate publică centrală, autoritate de administrare a pieței financiare.*

Abordarea oricărei probleme, dar mai ales a celeia ce implică parteneriatul internațional, urmărește un anumit scop. În viziunea noastră, parteneriatul internațional în sfera asigurărilor, mai întâi de toate, vizează soluționarea problemei privind evoluția ulterioară a sectorului național de asigurări. Astăzi, țara noastră se găsește în situația în care, realmente, sectorul național de asigurări își începe activitatea de la început. Fără îndoială că aceasta este dificil de realizat.

În ce constă problema evoluției asigurărilor în Republica Moldova, ținând cont de situația actuală? În primul rând, aceasta este determinată de asigurarea de pensie complementară, asigurarea de viață, asigu-

rarea de asistență medicală facultativă și încă de faptul că cetățenii noștri nu fac uz de dreptul de a reclama despăgubiri, în scopul recuperării daunelor cauzate, în sfera asigurărilor ca instrument de protejare a intereselor personale ale acestora. În mod obișnuit, aceasta vizează protecția prin asigurare a întreprinderilor industriale și activităților de antreprenoriat. În prezent, este nesemnificativă varietatea de riscuri industriale acceptate în asigurare. Aceste componente ale problemei date impun necesitatea formării unei cereri solvabile reale, fapt ce va contribui la sporirea volumului de prime de asigurare încasate.

În ce condiții este efectuată soluționarea acestei probleme astăzi? Cum arată sectorul național de asigu-

rări? Nivelul de penetrare a asigurărilor în PIB, în anul 2006, a constituit 1,27%, în timp ce în țările cu economie avansată mărimea acestui indicator a variat de la 8 până la 10%. Volumul de prime de asigurare pe locuitor în aceeași perioadă a constituit 12,96 \$ USD/persoană, pe când cheltuielile medii pe locuitor în țările industrial dezvoltate privind protecția prin asigurare au constituit mai mult de 2,0 mii \$ USD. Altă problemă cu care se confruntă, astăzi, sectorul național de asigurări este determinată de imposibilitatea de a prognoza dinamica prețurilor la bunuri, fiind astfel create dificultăți în procesul de determinare a primelor de asigurare, precum și de faptul că piața financiară actuală se află în faza incipientă.

Neînțelegerea conceptului de asigurare, atât la nivel de stat, cât și la nivel de consumatori, reprezintă o altă problemă cu care se confruntă astăzi sectorul național de asigurări, aceasta fiind determinată de nivelul redus de capitalizare a asigurărilor autohtone. Conform informației prezentate de autoritatea de administrare a asigurărilor la 31 decembrie 2006, doar capitalul social al societății internaționale de asigurări „ASITO” S.A. corespunde prevederilor legale, pe când cuantumul capitalului social al celorlalți 32 de asiguratori acreditați se află sub nivelul care a fost stabilit prin noua redacție a legii privind asigurările. În acest context, se impune necesitatea menționării nivelului subdezvoltat al infrastructurii de piață, concentrarea sporită a activităților de asigurare, când 15 la sută din numărul total al societăților de asigurare acreditate controlează 65% din volumul primelor încasate, legislația fiscală nefavorabilă, selecția defavorabilă a riscurilor la nivel de activitate a societăților de asigurare, ratingul redus al acestora. În activitatea de reasigurare, de obicei, prețul serviciului prestat este de așa natură că face imposibilă acordarea unei protecții prin asigurare. Concluzia generală este următoarea: în sectorul național de asigurări, indiferent de faptul în ce măsură nivelul primei de asigurare corespunde standardelor internaționale, dacă asiguratul dispune de bani pe care decide să-i cheltuiască pentru a procura o asigurare, atunci asiguratorul va fi disponibil să contracteze o asigurare. Este, de asemenea, necesar să fie menționat nivelul neîndestulător privind statistica asigurărilor, precum și cadrul legislativ restrâns în baza căruia este reglementată activitatea de asigurare.

În baza acestor caracteristici, se face posibilă identificarea necesităților esențiale ale sectorului național de asigurări. Înainte de toate se impune necesitatea amplificării procesului de evoluție a legislației privind asigurările. Problema esențială de astăzi este determinată de necesitatea modificării aprecierilor privind importanța asigurărilor în procesul de evoluție a economiei naționale. Există destul de serioase argumente pentru a considera că pe tot parcursul celor 16 ani de tranziție economică și de promovare a reformelor vizând constituirea relațiilor de piață, în Republica

Moldova asigurările niciodată n-au fost examinate ca prioritate. Atâta timp cât va exista o asemenea percepție a asigurărilor de cercurile guvernamentale ale R. Moldova, e puțin probabil să se producă anumite modificări în sectorul național de asigurări, în general, și a asigurărilor, în particular.

Din alt punct de vedere este lesne de înțeles că, dacă funcționarii publici, ale căror salarii se află sub nivelul salariului mediu pe economie, sau pensionarii, pensia cărora se află sub nivelul minimum de existență, ar fi întrebați dacă consideră asigurările drept direcție prioritară în promovarea reformelor vizând instituirea relațiilor de piață în economie, desigur că se vor pronunța împotriva acestei idei și nu se vor opune în cazurile în care se vor aplica diverse impozite activităților de antreprenariat, considerând că acestea ar face posibilă majorarea salariilor și pensiilor care le sunt achitate.

Informația insuficientă, furnizată consumatorului privind stabilitatea financiară a societăților de asigurare și condițiile în baza cărora sunt puse în aplicare asigurările, capitalizarea lor, necesitatea utilizării metodelor aplicate în statistica internațională a asigurărilor, inclusiv a Know-Haw-urilor internaționale în legislația privind asigurările, redistribuirea riscurilor asigurate (se are în vedere reasigurările), necesitatea de a se familiariza cu principiile generale de funcționare a asigurărilor a autorităților publice și a consumatorilor și, în sfârșit, nevoia de protecție a activelor de influența inflației.

*Cum ar putea să fie soluționată această primă problemă, care este reliefată ca obiect de discuție?* În linii generale este cu neputință soluționarea acesteia, în cadrul sectorului național de asigurări. Va fi suficient sau insuficient pentru sectorul național de asigurări ca această problemă să fie soluționată numai la un asemenea nivel care se va orienta doar la formele publice de protecție prin asigurare, instituind astfel un control benevol exercitat de către stat asupra acestei activități, în lipsa totală a asigurărilor private?

Această problemă ar putea fi soluționată în mod inadecvat și lent, adică prin valorificarea experienței naționale, fără ca să fie aplicate rezultatele obținute din parteneriatul internațional. Cum ar putea fi determinată una din căile de soluționare adecvată și eficientă a problemei în cauză?

În opinia noastră, prin valorificarea practicii naționale și a rezultatelor obținute din parteneriatul internațional. Ce se înțelege prin noțiunea de parteneriat internațional? Colaborarea cu cei mai importanți parteneri, pe care poate miza sectorul național de asigurări. La aceștia pot fi atribuiți asiguratorii internaționali, intermediarii în asigurări, asociațiile naționale și regionale ale asigurărilor, autoritățile de administrare a asigurărilor din diferite țări, organizațiile internaționale necomerciale, cum ar fi Organizația Mondială a Comerțului (UNCTAD), asociațiile naționale și profesionale ale actuarilor în asigurări,



ale evaluatorilor de riscuri, instituțiile de învățământ superior specializate în pregătirea cadrelor necesare pentru sfera asigurărilor etc.

Componența acestor parteneri importanți corespunde în întregime necesităților remarcate ca direcții prioritare de evoluție a sectorului național de asigurări. Cine dintre acești parteneri ar putea contribui la o soluționare mai eficientă a problemelor cu care se confruntă sectorul național de asigurări? Este puțin probabil ca una dintre organizațiile menționate ar putea contribui la soluționarea problemelor care persistă în acest sector al pieței financiare. Din aceste considerente, se impune necesitatea ca relațiile de cooperare internaționale să fie întreținute cu toți partenerii posibili, care funcționează astăzi la nivel regional și mondial. Numai prin utilizarea deplină a posibilităților pe care le acordă cooperarea internațională cu toți partenerii posibili, se poate contribui la o soluționare a problemelor reliefate mai sus.

Una dintre cele mai dificile probleme, ce urmează a fi soluționată astăzi, este determinată de necesitatea integrării sectorului național de asigurări în comunitatea mondială a asigurărilor. În mod firesc această problemă ar putea fi soluționată doar în contextul instituirii parteneriatelor internaționale. Astfel, se impune necesitatea accentuării celor mai importante probleme, soluționarea cărora constituie niște priorități pentru sectorul național de asigurări. Acestea sunt determinate de necesitatea capitalizării societăților de asigurare, de utilizarea modelelor aplicate de statistica internațională de asigurări, a know-how-urilor internaționale și redistribuirea riscurilor asigurate. La aceste probleme ar putea să fie atribuită și cea a protejării drepturilor consumatorilor.

Indiferent de modificarea parametrilor macroeconomici generali, problemele ce vizează activitatea sectorului național de asigurări vor deține și în continuare un rol deosebit în procesul de evoluție a asigurărilor în Republica Moldova. O altă problemă o constituie activitățile desfășurate de către asiguratorii străini, adică primii parteneri din totalitatea partenerilor strategici ai R. Moldova, din cadrul parteneriatelor internaționale. Însă acreditarea asiguratorului internațional în sectorul național de asigurări impune în mod obișnuit necesitatea îmbinării intereselor naționale și a principiilor de comerț internațional al produselor de asigurare, care sunt determinate de Organizația Mondială a Comerțului (UNCTAD).

În mod firesc, în acest context există asemenea constrângeri, cum ar fi protejarea drepturilor consumatorilor naționali, cerințele față de activitatea comercială a asiguratorului în sectorul național de asigurări, limitarea în drepturi a asiguratorilor afiliați societăților de asigurare străine, vizând aplicarea asigurărilor sociale obligatorii, licențierea și respectarea legislației naționale, controlul privind activitatea internațională în asigurări, securizarea operațiunilor de reasigurare și respectarea legislației antimonopol.

*Ar putea, oare, contribui la soluționarea acestor probleme un oarecare alt partener din cadrul cooperărilor internaționale?* Cu certitudine că aceste probleme ar putea fi soluționate prin implicarea unui asemenea partener, cum ar fi reasiguratorul internațional. Înainte de toate, se impune necesitatea sporirii nivelului de capitalizare a societăților de asigurare. Spre deosebire de investițiile directe, care implică pierderea nivelului de independență de către sectorul național de asigurări, acesta este determinat de obținerea unui segment de piață semnificativ de către un asigurator internațional important, atunci când reasigurarea acordă posibilitatea de a spori potențialul financiar al asiguratorului prin acordarea de posibilități financiare de către comunitatea internațională de asigurări.

Utilizarea metodelor aplicate de statistica internațională și a know-how-urilor internaționale reprezintă una dintre condițiile obișnuite din activitatea reasiguratorilor străini în sectorul național de asigurări. Prin reasigurare poate fi soluționată și problema vizând protejarea intereselor patrimoniale ale consumatorilor, prin acordarea de garanții de primă calitate și a unei stabilități de către societatea internațională de reasigurare.

Astăzi, reasigurările internaționale fac posibilă soluționarea unei asemenea probleme, cum ar fi protecția de influența inflației a activelor deținute de către asigurator, aceasta nefiind tipică pentru reasiguratorii. Acordarea protecției prin reasigurare este garantată atât de către reasigurările tradiționale, cât și de cele netradiționale, act care este realizat prin reasigurarea componentelor financiare ale contractelor de asigurare. Astfel, este remarcat faptul că reasigurările dețin și vor deține și în viitor un rol important în sectorul național de asigurări, acesta fiind determinat de evoluțiile ulterioare ale acestei componente a pieței financiare naționale, întrucât activitatea dată demonstrează o îmbinare iscusită a intereselor naționale cu avantajele acordate de cooperarea internațională în domeniu.

**În concluzie,** vom menționa că actuala comunitate mondială a asigurărilor nu mai poate fi examinată ca o simplă unificare a unei mulțimi de sectoare naționale de asigurări. În această ordine de idei, se are în vedere procesul de globalizare a comunității mondiale de asigurări; desigur că în contextul evoluțiilor ulterioare ale sectorului național de asigurări; globalizarea nu poate să nu țină cont de avantajele pe care le poate acorda cooperarea internațională sectorului respectiv. Mai întâi, se are în vedere instituirea unei noi modalități internaționale de distribuire a produselor de asigurare în cadrul Organizației Mondiale a Comerțului și elaborarea unui asemenea mecanism juridic, care ar garanta concomitent protejarea drepturilor consumatorului autohton și ale intereselor sectorului național de asigurări.

Celelalte caracteristici, menționate în acest context, determină concentrarea activităților de asigura-

re prin fuziune, absorbție; constituirea grupurilor de asigurare, care pot accepta riscuri de proporții, când volumul unei tranzacții poate număra miliarde de dolari americani; parteneriatul instituit între societățile de reasigurare, intermediarii financiari, brokerii de asigurare impune necesitatea constituirii unor structuri internaționale interramurale, dar nu a unor structuri supranaționale. Alături de cele menționate anterior, se impune și necesitatea utilizării unor produse moderne, care sunt distribuite de către societă-

țile de asigurare și reasigurare internaționale, cum ar fi gestionarea activelor asigurătorilor, futures-ul de asigurare și reasigurarea de alternativă.

În final, vom remarca că posibilitățile acordate de către cooperarea internațională în vederea soluționării problemelor naționale corespund necesităților noastre. Ar fi irațional să nu fie utilizate acele avantaje, acordate de cooperarea internațională și, în primul rând, în vederea evoluțiilor ulterioare ale sectorului național de asigurări.

#### Bibliografie:

1. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova "Cu privire la limitele cheltuielilor de asigurare ale persoanelor juridice, permise ca deduceri de cheltuieli aferente activității de antreprenoriat pentru scopuri fiscale" nr.1046 din 3 octombrie 2001 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.121-123 din 5 octombrie 2001.
2. Stanislav Fotescu – *Direcții și modalități de dezvoltare a asigurărilor și reasigurărilor în medii concurențiale internaționalizate și globalizate* // Tezele conferinței științifice "Symposia Professorum", Economic (8-9 octombrie 2004), Editura ULIM, Chișinău 2005, pag.151-156.
3. Stanislav Fotescu, Oleg Stratulat – *Sistemul de asigurări din Republica Moldova: experiența reformării și direcțiile modernizării* // Analele ULIM, volumul III, secția economie, Chișinău 2004, pag. 62-69.
4. Stanislav Fotescu – *Sistemul de distribuție a asigurărilor și modernizarea acestuia*. Editura ASEM, Chișinău, 2006.
5. Stanislav Fotescu – *Problemele racordării asigurărilor la standardele internaționale* // Tezele simpozionului internațional "Probleme regionale în contextul procesului de globalizare", 9-10 octombrie 2002, Editura ASEM, Chișinău, 2002, pag.146-149.
6. Ion Galiceanu, Mihaela Galiceanu – *Asigurări interne și internaționale* // Editura Spirit Românesc, Craiova, 1999.
7. [www.issa.md/rapoarte/2006](http://www.issa.md/rapoarte/2006)

## COMPETENȚA AUTORITĂȚILOR PUBLICE LOCALE ÎN ADMINISTRAREA PATRIMONIULUI PUBLIC

*Drd. asist. univ. Svetlana PAVELCO;  
Conf. univ. dr. Lidia COJOCARU, ASEM*

*The knowledge and understanding competences which reappear elective local represent one of the most important elements of administrative activities which are provide to those election. The competences of local council and mayor depend of good working public administration; swear qualitative public services and making a positive image of proper community. Public property administration has a distinct role. Therefore, is very important to local public authority known those rights and obligations, reflective to administrate public property, which is that contribution to economical development in proper locality.*

Acum, după 16 ani de la adoptarea Constituției Republicii Moldova, care reglementează principiile de bază ale organizării și funcționării administrației publice locale, ne întrebăm dacă au fost stabilite toate premisele și posibilitățile ca colectivitățile locale să poată supraviețui în noile condiții, să facă față cerințelor crescânde ale populației prin acordarea de servicii publice necesare și calitative. Niciodată nu s-a elaborat un document oficial care să conțină prioritățile politicii naționale în domeniul administrației publice locale. Fiecare reformă întreprinsă prevedea doar jumătăți de măsură și astfel nu se vedea întregul, nu se știa cum trebuie să fie o administrație publică locală, ce fel de sarcini sunt puse în fața ei, cu ce posibilități și instrumente trebuie dotată pentru a putea face față cerințelor crescânde ale cetățenilor săi, care sunt responsabilitățile acesteia în procesul de administrație publică și la ce fel de rezultate trebuie să se aștepte.

Problema patrimoniului public local rămâne a fi una dintre cele mai controversate și confuze domenii de activitate ale administrației publice locale. În condițiile ratificării Cartei Europene a Autonomiei Locale, în care sunt stipulate principiile de organizare și de funcționare a administrației publice locale, în sfârșit, aleșii locali au obținut dreptul și capacitatea efectivă de a gestiona o parte din treburile publice, sub propria răspundere și în favoarea populației, fără amestecul altor autorități, fie centrale, fie locale de alt nivel. Astfel, autoritățile publice locale sunt puse în situația de a se simți, cel puțin formal, adevăratul proprietar al bunurilor colectivităților, gestionarul bugetelor proprii, precum și conducătorul puterii locale.

Un alt subiect destul de actual și semnificativ se referă la necesitatea utilizării unor instrumente specifice de gestiune a proprietății publice, instrumente care să facă posibilă obținerea de venituri proprii atât de necesare colectivităților locale. Dat fiind faptul că Republica Moldova nu mai primește de ceva timp (2002) nici un suport financiar de la organisme financiare internaționale, această stare de lucruri are un impact extrem de negativ asupra veniturilor și cheltuielilor publice locale. Autoritățile publice locale

sunt puse în situația să găsească cele mai moderne și cele mai eficiente instrumente de administrare a colectivității pe care o reprezintă pentru a face față intereselor cetățenilor din teritoriu, să reușească să le presteze servicii publice calitative și să realizeze cu succes scopul și obiectivele administrației publice locale. Fără îndoială că acest fapt se poate realiza doar prin alocarea resurselor financiare de care dispun care, cu părere de rău, sunt insuficiente. În procesul de dezvoltare locală accentul, de cele mai multe ori, este pus pe utilizarea creativă a ceea ce este valoros și atractiv în comunitate.

Veniturile autorităților publice locale se formează, în mare măsură, din impozite și taxe locale, precum și din vânzări de bunuri. Și de ce numai atât? De ce autoritățile publice locale nu se orientează spre obținerea resurselor financiare din gestiunea patrimoniului public, de ce nu se utilizează și alte instrumente decât cele ale vânzării și privatizării bunurilor proprietății publice? Deși avem mai multe acte normative care reglementează modalitățile de gestiune a proprietății publice, cum ar fi arenda, concesiunea bunurilor proprietate publică, cu regret, acțiunile cele mai des întâlnite sunt înstrăinarea bunurilor proprietate publică.

Considerăm că, prin gestiunea corectă a proprietății publice, s-ar alocă resurse financiare importante la bugetul unităților administrativ-teritoriale, iar valorificarea permanentă a acesteia, utilizarea instrumentelor de gestiune, cum ar fi concesiunea, arenda bunurilor proprietate publică, ar schimba considerabil situația economică la nivel local, contribuind, într-un final, la prestarea de servicii calitative și realizarea cu succes a misiunii administrației publice.

În baza analizei legislației actuale de specialitate, pot fi evidențiate mai multe forme de folosire și de gestiune a bunurilor proprietate publică, cum ar fi:

- Darea bunurilor în administrarea întreprinderilor municipale și instituțiilor publice;
- Concesionarea obiectelor proprietate publică;
- Închirierea sau locațiunea bunurilor mobile și imobile proprietate publică, care au altă destinație decât cea agricolă;



- Arenda bunurilor și terenurilor cu destinație agricolă.

Rolul cel mai important în ceea ce privește administrarea bunurilor proprietate publică la nivel locale le aparține, fără îndoială, autorităților publice locale ca autorități reprezentative ale tuturor cetățenilor comunității. Buna administrare a patrimoniului public depinde, în mare măsură, de gradul de implicare a aleșilor locali în acest proces, de nivelul de cunoștințe și pregătirea în domeniul științelor economice, juridice și manageriale. Trebuie subliniat că patrimoniul reprezintă o putere pentru autoritățile publice locale, dar de cele mai multe ori acesta nu este folosit în cel mai eficient mod din diverse motive de natură legislativă, competență, lipsa delimitării, resurse financiare insuficiente pentru întreținerea lor, lipsa de experiență și informație etc. Astfel, în continuare, vom încerca să evidențiem acele competențe ale aleșilor locali în domeniul administrării bunurilor proprietate publică.

#### **Competența consiliilor locale în administrarea proprietății publice:**

1. Consiliile locale administrează bunurile domeniului public și privat al satului (comunei), orașului (municipiului);
2. Ele decid darea în administrare, concesiunea, darea în arendă ori în locațiune a bunurilor domeniului public;
3. De asemenea, consiliile locale decid vânzarea, privatizarea, concesiunea sau darea în arendă ori în locațiune a bunurilor domeniului privat al localității pe care o reprezintă;
4. Consiliile locale decid atribuirea și pot propune schimbarea destinației terenurilor proprietate municipală;
5. Decid asupra lucrărilor de proiectare, construcție a fondului locativ, precum și de întreținere și modernizare a drumurilor;
6. Aprobă limitele admisibile de utilizare a resurselor naturale de interes local;
7. Deciziile privind administrarea bunurilor proprietate municipală se adoptă cu *majoritatea consilierilor aleși*. Donațiile și legatele cu

sarcini pot fi acceptate numai cu aprobarea consiliului local, cu votul a cel puțin 2/3 din numărul consilierilor aleși;

8. De asemenea, consiliul local poate decide transferarea bunurilor din domeniul privat al unității administrativ-teritoriale în domeniul public de interes local al acesteia.

#### **În ceea ce privește competențele autorităților executive (primarul) ale unităților administrativ-teritoriale, vom enumera următoarele:**

1. Primarul răspunde de *inventarierea* și administrarea bunurilor domeniului public și privat ale satului (comunei), orașului (municipiului). Anume primarul trebuie să inventarieze, *anual*, bunurile care aparțin proprietății publice locale, iar rapoartele asupra situației lor trebuie să le prezinte consiliului local. Mai mult decât atât, autoritățile publice locale trebuie să asigure delimitarea și *evidența separată* a bunurilor din domeniul public și domeniul privat al comunității;
2. De asemenea, primarul asigură repartizarea fondului locativ și a controlului asupra întreținerii și gestionării acestuia în unitatea administrativ-teritorială respectivă;
3. Ca autoritate executivă, primarul răspunde de executarea deciziilor consiliilor locale în ceea ce privește administrarea bunurilor proprietate publică;
4. De asemenea, primarul are dreptul de inițiativă și de a propune modalități de administrare a anumitor bunuri ale proprietății publice.

Astfel, se observă o delimitare foarte clară a atribuțiilor pe care le are fiecare dintre cele două autorități locale în domeniul administrării bunurilor patrimoniului public local. De asemenea, nu trebuie trecut cu vederea faptul că în exercitarea activității administrative, autoritățile executive și cele deliberative trebuie să colaboreze împreună, întrucât ele au fost alese de către cetățeni pentru a-i reprezenta, a le presta servicii publice calitative și pentru a gospodări bunurile care aparțin localității.

#### **Bibliografie:**

1. Alexandru I., *Criza administrației – teorii și realități*, Ed. All Beck, București, 2001;
2. Androniceanu A., *Management Public*, Ed. Economica, București, 1999;
3. Baieș S., Roșca N., *Principiile fundamentale ale dreptului de proprietate*, Chișinău, 2004;
4. Cartea Albă, *Situația autonomiei locale în Republica Moldova*, Ed. Cartier, Chișinău, 2000;
5. Legea nr. 436/2006 privind administrația publică locală;
6. Legea nr. 435/2006 privind descentralizarea administrativă;
7. Legea nr. 91/2007 privind terenurile și delimitarea lor;
8. Legea nr. 523/1999 privind proprietatea publică a unităților administrativ-teritoriale.

## INTERESELE ECONOMICE NAȚIONALE – OBIECTIV PRIORITAR ÎN POLITICA COMERCIALĂ A ROMÂNIEI

*Drd. Mariana GRODENSCHI, România  
Conf. univ. dr. Nicolae ȚĂU, ULIM*

*In the article author try to argument theoretically and practically the need for priority respecting national economic interests in the framework of international relations, promoting a flexible external policy, active, based on adequate internal policy, in which absence the external one remains without real support.*

La cumpăna secolelor XX și XXI, este în curs de apariție o nouă ordine economică internațională. Aceasta tinde să se situeze în planul relațiilor comerciale pe baza teoriei și practicii liberului schimb. Pe acest fundal are loc și integrarea europeană, care vizează extinderea Uniunii Europene pe baza reglementărilor comerciale internaționale de piață liberă, deschisă. România trebuie, deci, să se dezvolte ținând seama de mediul internațional existent. De luarea în considerare a acestor condiții depinde însuși viitorul națiunii române. Astfel, România trebuie să armonizeze tendințele internaționale, globale și regionale cu interesele sale naționale.

În acest context, este nevoie ca România să fie activă atât în plan teoretic, cât mai ales în cel al practicii economice. Aceasta înseamnă că trebuie să fie dezvoltată o gândire economică eficientă și de perspectivă conform intereselor naționale, concomitent cu reorganizarea economiei după intrarea în Uniunea Europeană și integrarea eficientă în economia mondială. Această gândire nu trebuie să fie dogmatică, ci pragmatică și realmente folositoare pentru țara noastră. Căci și Cromwell, și Colbert, ca și Smith și Ricardo, au acționat în interesul țărilor lor. Nicăieri, niciodată în lume, nu s-au aplicat dogmatic și integral teoriile străine, ci au fost adaptate la nevoile statelor respective, indiferent că era vorba de Anglia, Franța, Germania, SUA sau Japonia. Suntem pentru o economie deschisă, dar împotriva teoriilor nihiliste și dizolvante în ceea ce privește viitorul națiunilor și economiilor lor. Tradiția școlii și cercetării românești, avându-i în frunte pe Mihail Manoilescu, Virgil Madgearu, Victor Bădulescu, Mitiță Constantinescu, Costin Murgescu și alții, o impune.

Prioritatea intereselor economice naționale în cadrul relațiilor internaționale necesită o politică externă flexibilă, activă, bazată pe o politică internă adecvată, în lipsa căreia cea externă rămâne fără suport real. Iar respectarea intereselor economice naționale va face casă bună cu interesele economice internaționale, atunci și acolo unde politica internațională se bazează pe democrație și respect reciproc, iar totalitarismul în luarea deciziilor este eliminat. Acest fapt este esențial și pentru succesul integrării europene. El reprezintă o mare șansă pentru popoarele continentului nostru.

Pentru a avea succes, integrarea, însă, trebuie să se desfășoare liber de prejudecata că Occidentul are numai industrii moderne și eficiente comparativ ce Estul și Sud-Estul și că orice industrie est- sau sud-est europeană, care o concurează pe cea occidentală, trebuie făcută în așa fel încât să fie eliminată. Diviziunea și cooperarea internațională a muncii, desfășurate rațional și reciproc avantajos între toate țările Europei, ar putea, în schimb, să asigure progresul întregului continent și al fiecărei țări în parte în cadrul noii vieți economice, care începe să se prefigureze în lume. Colaborarea economică internațională reciprocă, fără dominații și dominatori, constituie chezașia liniștii și progresului tuturor [1].

În opinia noastră, tranziția României la economia de piață, a fost ghidată de interese care au încetinit promovarea reformelor, având impact negativ pentru țară și majoritatea covârșitoare a cetățenilor. Această realitate gravă a fost recunoscută oficial chiar la cel mai înalt nivel. Cu prilejul lansării **Strategiei naționale pentru dezvoltarea durabilă a României-orizont 2005**, în mai 2003, fostul președinte Ion Iliescu arăta: „Dacă ar fi să rezumăm neîmplinirile tranziției, cuvintele-cheie ar fi: dezindustrializare, dezurbanizare, destrămarea structurilor agriculturii de tip industrial, scăderea drastică a puterii de cumpărare a populației, micșorarea calității vieții și a volumului prestațiilor serviciilor publice de sănătate și educație, reducerea natalității și a speranței de viață, slăbirea solidarității sociale și naționale”. Este evident că toate neîmplinirile menționate evidențiază înregistrarea, în cursul tranziției noastre, a unor rezultate principale negative.

În tranziția postsocialistă din economia României au fost implicate, în mare măsură, și interesele din exteriorul țării. Apreciind sensul acestei implicări, la începutul anului 1990, omul de știință american, Noam Chomski, scria: „Lumea a treia trebuie să-și îndeplinească funcția de piață-sursă de materii prime și muncă ieftină. Se fac mari eforturi de a dirija Europa de Est în această direcție”. Derularea tranziției, la noi, atestă pe deplin aprecierea menționată. Pe baza acordurilor încheiate de guvernele care și-au asumat conducerea țării după 1989, cu FMI și BM, România a fost implicată în procesul globalizării adecvat cu interesele unor țări dezvoltate și ale unor corporații

transnaționale și contrar multor interese ale națiunii proprii. Această orientare a fost realizată, de regulă, prin îmbinarea unor interese individuale și de grup autohtone, aparținând unei minorități infime, cu interesele exponenților capitalismului corporatist global.

Ar mai fi trebuit adăugat și interesele unor cetățeni implicați în activitățile de comerț exterior și ale partenerilor externi, care au acționat în dezacord cu nevoile și posibilitățile țării, generând mari deficite în balanțele comerciale și de plăți, și, ca urmare, creșterea datoriei externe. Totodată, interesele menționate au limitat considerabil utilizarea capacităților de producție din industria noastră, precum și a potențialului pe care-l are România pentru agricultură, cu efecte negative atât asupra folosirii forței de muncă, cât și asupra satisfacerii multor nevoi de consum ale populației.

Economia națională este organic legată de construirea națiunii și a statului național. Ca expresie a celei mai încheiate și durabile comunități umane, teritoriale, de limbă, cultură și viață socială, istoricește construită, focalizând interesele comunității respective, economia națională deține locul proeminent în sistemul general al entităților economico-sociale și politice. Practic, **economia națională constituie celula vie a economiei mondiale.**

Ca și alte fenomene și procese economice, și nu numai, ale evoluției istorice contemporane, creșterea interdependențelor ce au luat forma de mondializare sau globalizare a fost privită cu interesul pe care-l trezește noul, noutatea. Ulterior, însă, au început să iasă la iveală o seamă de sfidări și chiar amenințări ce se cereau și se impun a fi stăpânite, gestionate. Era firesc și oarecum previzibil ca o lume în care comunicațiile au devenit universale, informațiile - instantanee, transporturile – supersonice, iar armele (rachetele nucleare) – teleghidate continental, ca asemenea probleme devenite globale, precum alimentația, sărăcia, lichidarea subdezvoltării, creșterea demografică, asigurarea echilibrului ecologic, creșterea și dezvoltarea economică să nu mai poată fi soluționate decât la scară globală, cu participarea și contribuția democratică a tuturor țărilor. Realitatea arată, însă, că în calea unei atare soluționări a problemelor globale există obstacole imense, determinate de tendința țărilor puternice de a-și impune voința față de cele slabe, obstacole ce se impun a fi înlăturate.

Înțelegerea economică realizată pe plan european reprezintă o componentă a globalizării piețelor. În cadrul UE, s-au realizat deja piețe unice atât pentru produse și servicii, cât și pentru capitaluri și forța de muncă. Ca urmare, integrarea țărilor care au aderat la UE presupune adoptarea și asimilarea normelor de funcționare a piețelor unice, concretizate în aquis-ul comunitar.

**Integrarea economică pe plan european, ca proces de liberalizare a piețelor, s-a realizat și va continua, în primul rând, în conformitate cu interesele**

**celor mai dezvoltate și mai puternice țări europene.** Pentru aceasta, integrarea economică asigură extinderea piețelor de desfacere, unele surse de materii prime și forță de muncă, precum și sfere pentru valorificarea unor capitaluri, inclusiv prin aderarea la UE a unor țări în curs de dezvoltare (cum este și România). **Pentru ca integrarea în UE să fie favorabilă și țării noastre, ar trebui ca acest proces să contribuie efectiv și substanțial la reducerea marilor decalaje economice pe care le avem față de țările UE, îndeosebi față de cele dezvoltate.**

În prezent, România este o țară în curs de dezvoltare cu un PIB/loc., în 2006, de 10, 125 \$ SUA la paritatea puterii de cumpărare, ceea ce reprezintă peste 84% din media mondială și doar circa 23% din media țărilor dezvoltate. Ca urmare, interesul fundamental al țării noastre este de a realiza o creștere economică susținută și durabilă, astfel încât să depășească, cât mai curând, nivelul economic mediu al țărilor dezvoltate, cu deosebire al celor din UE. Produsul intern brut pe locuitor din România este, în prezent, de aproape 3,9 ori mai mic decât al Germaniei, de 3,8 ori față de nivelul Franței, de 3,7 ori față de nivelurile Italiei și Regatului Unit. Țările de referință menționate nu sunt interesate de reducerea decalajelor economice, căci aceasta ar face ca România să devină pentru ele un partener tot mai puternic. Dar țara noastră nu poate trata cu indiferență marile decalaje ce o despart de țările UE.

După anul 1989, România și-a reorientat comerțul exterior spre țările dezvoltate, acceptând cerințele impuse de globalizarea piețelor. Deși țările din UE dețin o poziție însemnată în comerțul nostru exterior, România încă nu a devenit pentru țările respective un partener de relații reciproc avantajoase. Comerțul nostru exterior, cu produse industriale, cu țările UE, generează o mare parte din deficitul comercial al țării, ceea ce impune ca România să facă mereu împrumuturi externe, spre a-și echilibra balanța de plăți.

Rezultă că **cele mai puternice țări dezvoltate nu sunt încă interesate ca România să le fie un partener pe deplin egal**, cu care să realizeze relații economice reciproc avantajoase. Dimpotrivă, **s-a urmărit ca țara noastră să capete, în contextul globalizării piețelor, rolul unei semicolonii**, prin impunerea unor măsuri de dezindustrializare rapidă, precum și prin trecerea de la o agricultură preponderent modernă la una de subsistență. În acest sens, au fost utilizate și multe prevederi incluse în acordurile stand-by încheiate de guvernele României postsocialiste cu FMI. Astfel, acordul încheiat în 2001 prevede „În prima jumătate a anului 2002 vom începe lichidarea entităților neviabile și vom oferi spre vânzare entități viabile. Până la sfârșitul anului 2002 vom începe lichidarea entităților viabile care nu au fost încă vândute”[2]. Este evident că, prin realizarea unor asemenea prevederi, economia românească nu poate avea șansa unei integrări favorabile în UE, în special, și în procesul globalizării piețelor, în general, deoarece

potențialul ei economic este redus mereu, inclusiv în favoarea unor parteneri externi actuali.

**Și în condițiile globalizării piețelor**, inclusiv prin integrarea economică realizată pe plan european, **statele continuă să acționeze pentru realizarea intereselor naționale**. În acest sens, RobinCook (în calitate de ministru de Externe britanic) sublinia: „**scopul politicii externe britanice este de a urma interesele naționale britanice**”. Jacques Chirac (în calitate de președinte al Franței), declara, în iunie 2000, în Reichstag: „**este exclusă crearea unui suprastat european care să se substituie statelor naționale... și care să pună capăt existenței acestora din urmă ca actori ai vieții internaționale**”.

Probabil, pe măsura extinderii UE și a aprofundării procesului de integrare economică, vor surveni unele modificări și în organizarea politică a Europei, dar asemenea modificări nu vor putea suprima națiunile și, deci, nici interesele naționale. Or, aceste interese sunt realizate prin promovarea unor politici adecvate de către state. Pentru preîntâmpinarea și surmontarea tendințelor de dominare și dictat, generate de globalizare asupra țărilor în curs de dezvoltare, inclusiv a României, *este necesar să se acționeze într-o serie de direcții importante, cum ar fi:*

- a) intensificarea contactelor și negocierilor cu țările interesate în soluționarea problemelor economice globale menționate mai sus;
- b) amplificarea și diversificarea formelor de desfășurare a acestor contacte și participarea la ele a unor reprezentanți competenți;
- c) prezentarea de soluții proprii și realizarea, pe baza lor, a unor înțelegeri concrete și eficiente, de natură a promova interesele naționale;
- d) transpunerea în viață, cu bună credință, a înțelegerilor convenite;
- e) cunoașterea partenerilor de afaceri pentru a ști în ce măsură se poate conta pe interesul și corectitudinea lor.

Analiza obiectivă a modului în care s-a acționat și se acționează în continuare pe tărâmul economic în relațiile externe ale țării noastre învederează că s-au făcut anumite progrese în direcțiile menționate. Au fost activizate, în noile condiții de după decembrie 1989, participările la cele circa 25 de organe și organisme ale ONU (ECOSOC, PNUD, ONUDI, UNCTAD) și cam tot atâ-

tea din afara sistemului ONU (FMI, BIRD, GATT-OMC, FAO, OIM, UNESCO), la care România este membră cu drepturi depline și participă activ. În acest timp, țara noastră a devenit membră a Uniunii Europene. Dar, în opinia noastră, rezultatele obținute de România până în prezent în dezvoltarea schimburilor comerciale și a cooperării economice în cadrul structurilor menționate sunt cu totul nesatisfăcătoare în ceea ce privește promovarea intereselor sale economice.

*Dintre aspectele deficitare ce lasă mult de dorit, menționăm următoarele:*

- a) În ultimii 16 ani a avut loc o evoluție extrem de distorsionată a structurii exporturilor românești, contrar oricărui principii și criterii de eficiență economico-socială. An de an au sporit exporturile de mărfuri neprelucrate sau cu grad scăzut de prelucrare în detrimentul celor cu grad ridicat de valorificare. Aceasta a adus mari pagube economiei românești atât în ceea ce privește scurgerea fără echivalent de avuție națională peste graniță, cât și sub raportul pierderii locurilor de muncă ce ar fi putut să fie create prin valorificarea superioară a resurselor materiale ale țării.
- b) În agricultură, importurile masive de carne și alte produse alimentare din țările CEFTA, UE și din SUA au afectat o bună parte din unitățile producătoare românești și au contribuit la desființarea a circa 100.000 locuri de muncă.

**Concluzii.** Promovarea interesului național impune ca problemele economiei să fie prioritare. Analiza dezvoltării economice abordează principalele probleme din economia românească, astfel în articol s-a constatat încetinirea creșterii economice, cea înregistrată s-a dovedit a fi dependentă de consum, înrăutățirea deficitului comercial și de cont curent, stagnarea procesului de dezinflație, fluctuații ale cursului valutar care afectează economia, reforma fiscală care a redus veniturile bugetare cu efecte pe termen lung, lipsa de măsuri privind abuzurile pe piața de capital, volumul mare de arierate la bugetul de stat și la celelalte bugete publice, lipsa de flexibilitate pe piața muncii, mediul de afaceri neprielnic”. Acestea sunt problemele fundamentale de a căror rezolvare depinde progresul țării și poziția României în marea familie europeană și în lume.

#### Bibliografie:

1. Constantinescu, N. N. - *Scrieri alese*, Vol.I și Vol.II, Editura Economică, București, 2000.
2. Lisel Quambusch. *Non-tariff barriers to Trade*, in *Intereconomica*, nr.3/4, 1977, p.80-81.
3. Dumitrescu, Fl. - *Integrarea României în Uniunea Europeană, în economia mondială și promovarea interesului național*, în *„Economistul”*, nr.2042, 2006.
4. Botez, O., Militaru Mădălina. - *Comerțul internațional și comerțul exterior al României*, Editura Fundației „România de Măine”, București, 2004.

## CONCENTRAREA PRODUCȚIEI – UNUL DINTRE OBIECTIVELE PRIORITARE ALE POLITICII AGRARE NAȚIONALE

**Drd. Antonina DRANGA, ASEM**

*Eine der Folgen der postsozialistische Privatisierung in unserem Land war die übermäßige Zerstückelung der Agrarflächen. Als Ergebnis begegnen wir uns heutzutage mit einem großen Problem im landwirtschaftlichen Sektor – die zahlreichen kleinen Bauerbetriebe sind nicht in der Lage, sowohl Bodenflächen effizient zu verarbeiten, sowie neue Technologien anzuwenden und evtl. mit internationaler Konkurrenz Schritt zu halten. Im vorliegenden Artikel werden Argumente für Konzentrierung der landwirtschaftlichen Produktion, als dringende sozial-ökonomische Notwendigkeit, geliefert.*

Realitatea situației economice actuale ne demonstrează că una din principalele frâne ale afirmării Republicii Moldova pe plan economic internațional este competitivitatea joasă a produselor naționale care, la rândul său, determină nivelul slab al competitivității întregii țări. Actualmente, Moldova nu este capabilă să valorifice plenar avantajele sale comparative în pofida unui potențial economic destul de semnificativ, inclusiv în sectorul agrar. Această problemă devine și mai actuală în contextul amplificării continue a luptei pentru piețele internaționale a produselor agroalimentare.

Care este, așadar, nucleul principal, ce determină competitivitatea produselor și cea a națiunii în general? În opinia savantului Gr.Belostecinic, această forță se conține „în **capacitatea concurențială a firmelor**, a întreprinderilor și a organizațiilor ce formează ramura economică și, în final – economia țării”.<sup>1</sup> Competitivitatea întreprinderii este, la rândul său, în mod direct influențată de dimensiunea economică a acesteia. Într-adevăr, firmele mici, deseori, nu sunt în stare să procure și să utilizeze pe larg tehnică și tehnologii performante, să angajeze personal înalt calificat, să asigure niveluri înalte de productivitate și eficiență economică. În cazul întreprinderilor agricole, concentrarea producției devine o necesitate deosebit de acută ca urmare a unei privatizări pripite și deseori necugetate în sectorul agrar ce s-a efectuat în R. Moldova.

**Concentrarea producției în agricultură** poate fi definită ca amplificarea dimensiunilor economice ale firmelor agricole sau, cu alte cuvinte – consolidarea în cadrul unor întreprinderi optime după mărime și dimensiune a terenurilor agricole, mijloacelor de producție, forței de muncă, a volumului de producție la așa un nivel, care ar asigura obținerea eficienței socio-economice maxime. Astfel, delimităm două aspecte ale concentrării:

- *dimensiunea* unei întreprinderi agricole, care se exprimă prin parametri cantitativi (supra-

fața agricolă, numărul de animale existent, valoarea mijloacelor fixe, disponibilul de forță de muncă etc.);

- *mărimea* firmei agricole, care se referă la indicatorii calitativi (producțiile medii obținute la unitatea de suprafață, pe cap de animal sau pe unitate de produs; nivelul profitului unitar obținut; rentabilitatea procesului de producție agricolă etc.).

În esență, mărimea întreprinderii este dată atât de dimensiunea ei, cât mai ales de nivelul de intensitate la care se desfășoară procesul de producție agricolă. În contextul celor expuse, pot exista întreprinderi de dimensiuni mari, dar care, din cauza nivelului scăzut al intensității producției, sunt de mărimi reduse, sau invers, întreprinderi de dimensiuni mici, dar care, prin rezultatele tehnice și economice superioare obținute, sunt considerate a fi mari.

Nivelul concentrării producției agricole diferă în funcție de gradul de dezvoltare și perfecționare a forțelor de producție, de politica agrară promovată de stat și forma de proprietate. Eficiența economică a procesului de concentrare este condiționată de efectul economiilor de scară, care, la rândul său, duce la formularea **teoriei mărimii optime a firmei**, potrivit căreia costul mediu al unui produs scade până la un anumit nivel, după ce începe să se majoreze odată cu creșterea mărimii firmei.<sup>2</sup> Astfel, limitele procesului de concentrare sunt cauzate de faptul că la un moment dat avantajele concentrării pot fi contractate de unele neajunsuri generate de o supraevaluare a dimensiunii, de exemplu: sporirea consumurilor la transportul produselor agricole sau al resurselor utilizate, complexarea și frânarea activității cadrelor de conducere, deficiențele în activitatea de aprovizionare cu resursele de producție necesare sau în activitatea de valorificare a producției etc.

Un alt aspect important în contextul concentrării producției îl reprezintă *specializarea*. Este evident că profilarea-specializarea orientează în-

<sup>1</sup> Belostecinic, Grigore – *Concurență. Marketing. Competitivitate*, Chișinău, 1999, p.121

<sup>2</sup> *Концентрация сельскохозяйственного производства* – «Экономист», №7/2005, стр. 53



treprinderea agricolă spre un anumit sortiment de produse, determinat de cerințele pieței interne sau externe. În așa fel, procesul specializării apare ca un factor primordial determinant în relația specializare-concentrare. În baza specializării există ramuri mai mult sau mai puțin predispuse la niveluri ridicate de concentrare a producției, ca urmare a posibilităților diferite de organizare și desfășurare a fluxului tehnologic pe baze industriale. Printre ramurile ce necesită niveluri mai înalte de concentrare menționăm, în primul rând, producerea cărnii de porc, de pasăre și a ouălor, precum și ramura vegetală (complexuri de sere, plantații viticole și pomicole etc.).

În Republica Moldova, gradul de concentrare al producției în sectorul agrar este foarte scăzut. Tranziția postsocialistă s-a manifestat în agricultura țării noastre mai ales prin tendințe negative: superfărâmișarea terenului agricol, distrugerea unei părți însemnate a bazei tehnico-materiale creată anterior, reducerea substanțială a înzestrării tehnice și a productivității. Ca rezultat al reformei agrare și al programului de privatizare a pământului, 1,1 mln de cetățeni au primit în proprietate 1,7 mln ha de terenuri agricole sau în medie 1,5 ha, divizate în 3-5 sectoare amplasate uneori la distanță considerabilă unul de altul. Astfel, în economia noastră au devenit preponderente micile gospodării de subzistență, incapabile să asigure existența decentă pentru familiile sale și, cu atât mai puțin, producerea mărfurilor competitive. Decizia fermă a R.Moldova de integrare în structurile europene impune hotărâri și măsuri radicale pentru depășirea crizei în care se află în prezent agricultura țării. Una dintre măsurile de primă necesitate este realizarea stringentă a unei tranziții de la gospodăriile de subzistență ineficiente la organizarea lor în ferme agricole moderne. *Cele din urmă posedă o serie de avantaje, pe care trebuie să le conștientizăm:*

- întreprinderile agrare mari dispun de resurse financiare necesare procurării și utilizării eficiente a tehnicii și a tehnologiilor moderne costisitoare;
- ele sunt mai atractive pentru investitori;
- necesită mai puțin echipament calculat pe unități de teren arabil;
- au posibilități mai vaste pentru implementarea inovațiilor tehnico-științifice;
- există numeroase practici de creare de către ferme mari a ciclurilor închise de producere, prelucrare și comercializare a producției fără intermediari, ceea ce duce la micșorarea costului de producție și, respectiv, a prețului finit la produsele agricole;
- pot oferi condiții bune de muncă și, respectiv, angaja personal înalt calificat;
- după cum a demonstrat experiența, aceste

gospodării utilizează mai eficient subsidiile alocate de stat;

- fermele mari, deseori, contribuie la modernizarea infrastructurii în satele în care își desfășoară activitatea.

Drept dovadă a viabilității gospodăriilor mari servește și experiența bogată a țărilor occidentale. În SUA, de exemplu, 157 de agrofirme din cele mai mari (care constituie 8% din totalul întreprinderilor agrare) asigură 73% din totalul producției agricole. Succese semnificative în domeniul concentrării producției agricole au realizat așa țări, ca Ungaria, Polonia și alte state recent aderente la UE.

Din definiția termenului de „concentrare” rezultă că aceasta presupune, mai întâi de toate, consolidarea suprafețelor agricole. Parcelarea excesivă a terenului agricol la noi în țară constituie impedimentul principal în calea redresării agriculturii. Prin Hotărârea Guvernului din 22 mai 2006 a fost aprobat „Programul de consolidare a terenurilor agricole pentru perioada 2006-2012”, prin care se urmărește majorarea productivității muncii, stoparea exodului forțelor de muncă din sectorul rural, dinamizarea pieței funciare și ridicarea calității vieții agricultorilor. Statul își propune să dinamizeze mai ales consolidarea terenurilor agricole individuale, ce aparțin unei familii și consolidarea terenurilor în bază dearendă.

În opinia autorului, viitorul agriculturii moldovenești, într-adevăr, îi aparține gospodăriei agricole familiale, însă accentul trebuie pus nu doar pe arendare ca principala cale de consolidare a terenurilor. *Așadar, procesul de consolidare e posibil prin 3 modalități:*

1. **Achiziționarea de pământ**, ceea ce necesită investiții mari pentru a se ajunge la dimensiunile optime ale firmei, posibile numai în perioade lungi de timp;
2. **Arendarea**, ceea ce ar permite optimizarea dimensiunii firmei în termeni și cheltuieli mai mici decât în cazul cumpărării de teren, însă, după cum demonstrează practica, eficiența activității unei astfel de firme deseori este afectată de interesele contradictorii ale arendașului și arendatorului. În plus, durata contractelor dearendă agricole, în republică, din diferite motive, nu depășește 3 ani. Această perioadă de scurtă durată a relațiilor dearendă nu este favorabilă pentru amenajarea terenurilor agricole și alte investiții.
3. **Cooperarea gospodăriilor țărănești în cooperative agricole în baza proprietății private**, ceea ce ar avea efecte pozitive imediate atât pentru procesul de producție, cât și pentru aprovizionarea cu mijloace de producție și valorificarea produselor în vederea creșterii competitivității lor.

În întreaga perioadă de existență a cooperării în agricultură, în lume nu a fost găsită o formă organizatorico-juridică mai eficientă. Astăzi, cooperarea este o parte indispensabilă a vieții economice în majoritatea țărilor lumii. Se estimează că pe glob activează peste 1 mln de organizații cooperative, ce reunes cca 700 mln de membri. De menționat este faptul că cea mai răspândită dintre formele cooperării este cea din agricultură: în Franța și Germania, cooperativele reunes cca 80%, iar în China în jur de 85% din gospodăriile agricole.

În agricultura R.Moldova activează la moment 140 cooperative de producție și prestări servicii, care prelucrează doar 8,6% din suprafața totală a terenurilor agricole față de 503 mii de gospodării țărănești (de fermieri), ce prelucrează 45% din suprafața totală; 1263 de societăți cu răspundere limitată (42%) ș.a. Astfel, cooperativele ocupă un segment mult prea mic pentru o dezvoltare rapidă a sectorului. Printre principalele impedimente în calea consolidării terenurilor, inclusiv prin intermediul cooperării, se numără: lipsa unor linii de creditare și a unor programe de creditare ipotecară necesare; resurse financiare limitate îndreptate spre realizarea acestor măsuri; insuficiența acțiunilor de promovare a ideii de cooperare în rândul proprietarilor de terenuri; taxe și tarife exagerate pentru serviciile notariale și cadastrale legate de autentificarea tranzacțiilor cu terenuri agricole; plecarea la muncă peste hotare a proprietarilor de terenuri ș.a.

Pentru ca agricultura să devină cu adevărat un sector vital al economiei naționale, având capacitatea de a se integra favorabil în piața agricolă comună și, ulterior, de a beneficia de efectele pozitive ale integrării, s-ar impune ca factorii de decizie să acționeze cu perseverență în direcția restructurării agriculturii din punctul de vedere al proprietății și al structurilor de exploatare, asimi-

lării aquis-ului comunitar, modernizării infrastructurilor și ridicării performanțelor economice ale exploatațiilor agricole.

În contextul concentrării producției în agricultură aceste măsuri ar include:

1. Crearea cadrului legislativ-normativ armonizat cu cerințele UE și asigurarea metodicostiințifică a programului de măsuri;
2. Crearea fondurilor de finanțare, inclusiv apelând la sursele organizațiilor internaționale;

Un pas important pentru apropierea de structurile europene îl reprezintă introducerea programelor FAO, SEPARD, FEOGA etc. Una dintre condițiile accesului la fondurile comunitare a constituit elaborarea unui plan de dezvoltare rurală, care trebuie adoptat de Comisia Europeană. Pentru multe state din centrul și estul Europei o astfel de cerință a reprezentat primul exercițiu de planificare rurală. Moldova acumulează o anumită practică de o astfel de planificare prin intermediul proiectului de dezvoltare „Satul moldovenesc”.

3. Realizarea unor programe de stimulare a investițiilor pentru consolidarea și comasarea terenurilor agricole, inclusiv prin introducerea sistemului de creditare ipotecară;
4. Informarea operativă și oferirea consultațiilor proprietarilor de terenuri;
5. Elaborarea unor programe speciale de școlarizare a secretarilor consiliilor satești în scopul autentificării în masă a tranzacțiilor cu terenuri agricole;
6. Monitorizarea continuă a proceselor de concentrare, bazate pe principiile economiei de piață.

Pe măsura acționării în direcțiile conturate mai sus, agricultura națională ar putea deveni nu doar un sector puternic și competitiv, dar și un propulsor pentru alte ramuri adiacente sectorului agrar.

#### Bibliografie:

1. Felix, Arion; Berevoianu, Rozi ș.a. – *Politici și piețe agricole: Reformă și integrare europeană*, Buc., Ceres, 2005
2. Belostecinic, Grigore – *Concurență. Marketing. Competitivitate*, Chișinău, 1999
3. „Agricultural support policies in transition economies”, Washington, The World Bank, 2000
4. «Концентрация сельскохозяйственного производства» – «Экономист», №7/2005

## SITUAȚIA ACTUALĂ A COMERȚULUI CU AMĂNUNTUL ÎN REPUBLICA MOLDOVA

*Asist. univ. drd. Mariana AMBROS, ASEM*

*This article treats theoretically the role of the retail trade in the process of goods distribution from the producer to the consumer through determining and separating its functions with respect to the producers / wholesalers and to the consumers. The way these functions are fulfilled and the present situation concerning the development of the retail sector of the Republic of Moldova are reflected through estimating the trends and development problems of this economic sector.*

Schimbările semnificative la nivel micro- și macroeconomic, ca urmare a opțiunilor de reformă bazate pe proprietatea privată, pe principiile și mecanismele mediului concurențial, impun eforturi considerabile în domeniul distribuției mărfurilor pentru a corela eficient sfera producției cu cea a consumului și a oferi clienților utilitățile dorite.

Dezvoltarea comerțului cu amănuntul influențează unele domenii de activitate și ramuri ale economiei naționale ca industria, agricultura, sectorul terțiar, precum și o serie de sectoare publice sau instrumente de orientare macroeconomică, cum ar fi: sistemul impozitelor, sistemul de utilizare și salarizare a forței de muncă, sistemul investițional ș.a. Acest fapt se datorează **funcțiilor comerțului** cu amănuntul, pe care acesta le realizează în relațiile economiei de piață, care pot fi delimitate:

în raport cu *producătorii/comercianții cu ridicata*:

- cumpărarea mărfurilor și revânzarea acestora, ceea ce presupune preluarea dreptului de proprietate și respectiv asumarea riscurilor în procesul de desfacere;
- asigurarea accesibilității mărfurilor la consumatorii finali;
- fracționarea partizilor care să corespundă capacității de stocare a spațiilor comerciale;
- realizarea operațiilor logistice ca stocarea, păstrarea mărfurilor, crearea condițiilor de vânzare-cumpărare a acestora;
- asigurarea fluxului de informații privind cererea de consum, precum și comportamentul consumatorilor;
- participarea la campanii promoționale, ceea ce presupune antrenarea eforturilor de marketing prin colaborarea cu producătorii sau comercianții cu ridicata;

în raport cu *consumatorii*:

- corelarea ofertei de mărfuri cu cererea prin formarea sortimentului în raport cu necesitățile consumatorului final;
- asigurarea economiei de timp în achiziții prin amplasarea rațională a punctelor de vânzare

în teritoriu, diversificarea și adecvarea formelor de vânzare;

- asigurarea accesibilității mărfurilor în zonele dezavantajate;
- asigurarea mobilizării resurselor financiare la consumatori în raport cu puterea de cumpărare și posibilitățile de păstrare a mărfurilor necesare spre consum;
- prestarea serviciilor prevânzare, vânzare și postvânzare a mărfurilor;
- furnizarea de informații privind produsele de inovație, avantajele pe care le au în raport cu altele etc.;
- transmiterea contravalorii monetare prin asigurarea calității mărfurilor;
- satisfacerea necesităților de siguranță și securitate în consum.

Restructurarea comerțului interior reprezintă unul dintre principalele obiective strategice ale actualei etape pe care o parcurge economia Republicii Moldova. Stabilirea unor modalități de dezvoltare și stabilizare a economiei naționale impune o analiză riguroasă a tendințelor de dezvoltare ale comerțului cu amănuntul, care se reflectă prin următoarele:

### 1. Creșterea ponderii comerțului organizat în volumul total al comerțului cu amănuntul.

În anul 2006, volumul total al comerțului cu amănuntul a însumat 23360,8 mil. lei, înregistrând o creștere în termene reale cu 6,9% față de anul 2005. Comerțul organizat în volumul total al comerțului cu amănuntul a constituit 13601,3 mln lei (58,22%), cu 9,9% mai mare în termene reale față de anul 2005 (tabelul 1).

### 2. Creșterea vânzărilor de mărfuri nealimentare în structura vânzărilor cu amănuntul

reflectă o dinamică pozitivă de 54,5%, în 2001, și de 67,3%, în 2006 (tabelul 2). Creșterea consumului pentru produsele nealimentare a fost stimulată de creditarea persoanelor fizice de către băncile comerciale, companiile financiare și de comercianții cu amănuntul (în special, în orașele Chișinău și Bălți).



Tabelul 1

## Dinamica comerțului cu amănuntul în anii 2001-2006 (mln lei)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Volumul de vânzări cu amănuntul - total</b>	7612,4	10753,4	14537,8	16575,8	19487,7	23360,8
<i>din care</i>						
– unitățile comerciale (sectorul organizat) în %	3792,1 49,81	4954,6 46,07	6869,7 47,25	8338,8 50,30	11030,8 56,60	13601,3 58,22
– piețe (sectorul neorganizat) în %	3820,3 50,19	5798,8 53,93	7667,3 52,75	8237,0 49,70	8456,9 43,40	9759,5 41,78

*Sursa:* elaborată de autor în baza datelor Biroului Național de Statistică și Raportului Anual al Băncii Naționale a Moldovei pentru anul 2006

Tabelul 2

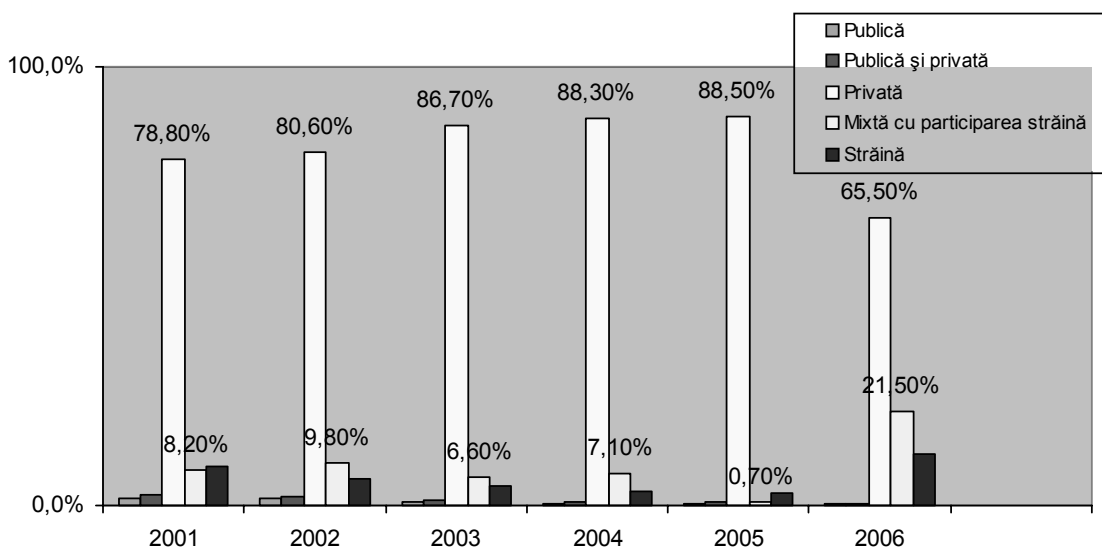
## Structura volumului vânzărilor cu amănuntul din comerțul organizat în perioada 2001-2006 (mln lei)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Volumul de vânzări cu amănuntul</b>	3792,1	4954,6	6869,7	8338,8	11030,8	13601,3
<b>În % față de anul precedent</b>	107,6	124,1	121,3	111,7	113,9	123,3
<i>din volumul total:</i>						
– vânzări de produse alimentare, în %	1723,4 45,45	2132,7 43,05	2808 40,88	2966 35,57	3611,4 32,74	4447,62 32,7
– vânzări de produse nealimentare, în %	2068,7 54,55	2821,9 56,95	4061,7 59,12	5372,2 64,43	7419,4 67,26	9153,68 67,3

*Sursa:* Biroul Național de Statistică

### 3. Creșterea ponderii comerțului cu proprietate mixtă și străină, reflectată prin structura cifrei de

afaceri realizate de întreprinderile de comerț cu amănuntul pe forme de proprietate.



**Figura 1. Structura cifrei de afaceri realizate de întreprinderile de comerț cu amănuntul pe forme de proprietate (%)**

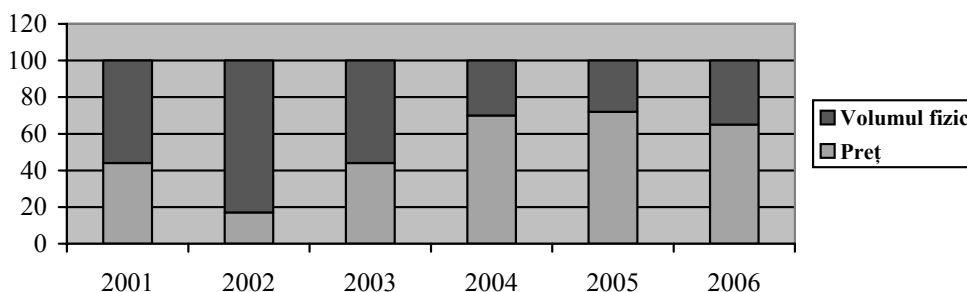
*Sursa:* elaborată de autor în baza datelor Biroului Național de Statistică

În anul 2006, ponderea comerțului cu amănuntul cu proprietate mixtă cu participare străină a constituit 21,5% și cu proprietate străină – 11,9%. Deși mediul de afaceri al Republicii Moldova nu se consideră

a fi unul benefic, comerțul cu amănuntul s-a dovedit a fi o ramură atractivă pentru investițiile străine. Acest fapt a generat **sporirea calității serviciilor prin implementarea noilor tehnologii și a nivelului înalt**

**de legalizare a activității**, ceea ce a dus și la sporirea eficienței utilizării spațiilor comerciale.

Deși sunt evidente unele tendințe pozitive în dezvoltarea comerțului cu amănuntul, trebuie să fie identificate cu multă atenție problemele cu care se confruntă acest domeniu de activitate în Republica Moldova.



**Figura 2. Structura creșterii volumului vânzărilor cu amănuntul**

Sursa: Elaborată de autor în baza datelor „Стамкомумем CHF”

**2. Volumul producției industriale insuficient pentru acoperirea necesităților de consum ale pieței interne.** Până în anul 2005, producției alimentare și băuturilor i-au revenit peste 50% din totalul producției industriale, în anul 2006 – 49,6%.

În 2006, producția industrială a înregistrat o scădere reală de 6,9% față de anul 2005, constituind 22243,2 mil. lei în prețuri curente. Industria prelucrătoare înregistrează o scădere în termene reale a volumului producției cu 8,5%, ceea ce a contribuit la diminuarea volumului de producție pe total industrie cu 7,7%. Totodată, în industria extractivă s-a înregistrat un spor real cu 22,5%, iar în domeniile energie electrică și termică, gaze și apă – cu 5,5% comparativ cu perioada similară a anului 2005.

Creșterea volumului producției industriale în termene reale s-a înregistrat în cea mai mare parte pe baza activității întreprinderilor cu proprietate străină, care sunt orientate spre export. Sectorul industrial rămâne a fi slab diversificat și vulnerabil pentru satisfacerea necesităților de consum ale pieței interne.

În sectorul agricol, în anul 2006, potrivit estimărilor, s-a însumat un volum al producției în valoare de 13695,0 milioane lei, diminuându-se în termene reale cu 4,6% față de anul 2005, ca urmare a descreșterii producției vegetale cu 8,5%, pe când producția animalieră a înregistrat o creștere cu 4,4% față de anul precedent.

**3. Puterea slabă de absorbție a pieței, generată de veniturile derizorii ale populației și creșterea continuă a prețurilor.** Valoarea salariului mediu anual ca indicator de evaluare a venitului populației determină o putere diminuată de cumpărare a populației, în anul 2006 constituind 1697,1 lei, majorându-se în termene reale cu 14,2% comparativ cu anul 2005 (1318,7 lei).

**1. Creșterea volumului vânzărilor cu amănuntul este cantitativă,** datorându-se majorării prețurilor și nu creșterii volumului fizic al mărfurilor comercializate (figura 2). Astfel în anul 2005, majorarea prețurilor contribuie la creșterea volumului vânzărilor cu amănuntul cu 72 %, iar în anul 2006 – cu 65 %.

În anul 2006, rata inflației măsurată prin indicele prețurilor de consum a constituit 14,1% comparativ cu 10,0% în anul 2005 și 12,5% în anul 2004. Consumul de mărfuri rămâne a fi modest pe măsură ce tarifele pentru serviciile prestate populației au crescut cu 20,1 %, contribuind la rata inflației cu 5,1 puncte procentuale. La serviciile comunal-locative prețurile s-au majorat cu 31,8% (inclusiv la gazele naturale cu 114,1 %, aprovizionarea cu apă și canalizare – cu 19,6%).

**4. Lipsa unui cadru instituțional și juridic adecvat, precum și a unui sistem de conlucrare între organele cu funcție de control,** care ar reglementa clar rolul și funcțiile organelor guvernamentale implicate în elaborarea și realizarea politicilor în domeniu.

Comerțul cu amănuntul ca sector al comerțului interior este reglementat de **Legea nr. 749-XIII din 23 februarie 1996** cu privire la comerțul interior, precum și de un șir de acte normative privind reglementarea activității de antreprenoriat, în continuare cadrul **legal în domeniul comerțului**.

În Proiectul cu privire la Conceptul de susținere a dezvoltării comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2006-2009 este argumentat faptul că cadrul legal în domeniul comerțului denotă „existența unor prevederi minime pentru asigurarea supravegherii situației pe piața internă”, „... unele prevederi sunt insuficiente și nu răspund rigorilor și exigențelor economiei de piață”. În termeni juridici, cadrul legal în domeniul comerțului este căzut în desuetudine.

Pe parcursul anilor, Guvernul a aprobat un șir de acte normative care reglementează activitatea de comerț interior. Pentru depășirea unor dificultăți în aplicare este necesară revizuirea și sistematizarea actelor legislative și normative în vigoare. Unele prevederi legale sunt ignorate de organele de control (de exemplu, etichetarea mărfurilor de import pe ambalaj etc.), fapt cauzat atât

de lipsa unui organ central coordonator al activității tuturor organelor implicate în controlul activității agenților economici în domeniul comerțului interior, cât și a dublărilor de funcții și activități în domeniul comerțului, în particular între serviciile Ministerului Agriculturii și Industriei Alimentare și Ministerul Sănătății.

**5. Uzurparea frecventă a drepturilor consumatorilor**, care este determinată de cadrul instituțional și legislativ neadecvat în domeniu. Prin articolul 23 al Legii privind protecția consumatorilor nr.105-XV, care prevede expres autoritățile administrației publice cu funcții de protecție a consumatorilor, în domeniul comerțului interior funcția de protecție a consumatorilor nu a fost atribuită.

Sarcinile propuse și realizate de Ministerul Economiei și Comerțului nu permit a preveni și combate practicile comerciale ilegale, care dăunează sănătății, securității, precum și intereselor economice ale consumatorilor, a evalua efectele pe piață ale sistemelor de supraveghere a produselor și serviciilor. **Lipsa unei Agenții Naționale de Protecție a Consumatorilor** nu permite conclucrarea eficientă de către organele cu funcții de control, precum și evitarea dublării unor funcții și activități din domeniu. În marea majoritate a cazurilor, organizațiile obștești asigură protecția consumatorilor prin consultanță și participare la procesele judiciare în cauză, care se confruntă cu diferite situații în care agenții economici și structurile statale încalcă flagrant legile Republicii Moldova, cum ar fi: Legea cu privire la petiții, Legea privind protecția consumatorului, Legea cu privire la accesul de informație ș.a.

Unul din principalele motive în uzurparea drepturilor consumatorilor în ultimii ani a fost și comerțul neautorizat. Pe întreg parcursul aplicării prevederilor Legii cu privire la patenta de întreprinzător, ponderea cea mai mare în numărul total al patențelor revinea activităților în domeniul comerțului cu amănuntul, care a oscilat de la 93%, în anul 1999, până la 66%, în anul 2005.

**Concluzie.** Din complexitatea funcțiilor abordate în literatura de specialitate, preluate evident din practica comerțului cu amănuntul a țărilor cu economie înalt dezvoltată, comerțul cu amănuntul în R. Moldova cunoaște omisiuni în realizarea funcțiilor sale, nu doar în raport cu producătorii / comercianții cu ridicata și consumatorii, ci și în **contribuția sa** ca ramură a economiei naționale la dezvoltarea economică și socială a țării. *Această remarcă poate fi justificată prin următoarele argumente:*

1. Preluarea dreptului de proprietate și, respectiv, asumarea riscurilor în procesul de desfacere este o funcție foarte rar realizată de către comercianții cu amănuntul, datorită puterii slabe de absorbție a pieței. Comercianții cu amănuntul solicită, în marea majoritate a cazurilor, creditare din partea producătorilor și a

comercianților cu ridicata, cu eventuala plată la termen sau după desfacerea mărfurilor.

2. Repartiția dezechilibrată a spațiilor comerciale în zonele urbane și rurale denotă organizarea ineficientă a sistemelor logistice în comerțul cu amănuntul. Accesibilitatea mărfurilor la consumatorii finali, asigurarea economiei de timp în achiziții, precum și diversificarea și adecvarea formelor de vânzare (mai ales în zonele de consum dezavantajate), rămân a fi încă funcții nerealizate de comerțul cu amănuntul la noi în țară.
3. Ponderea înaltă a comerțului neorganizat în volumul total al comerțului cu amănuntul este un factor negativ în organizarea eficientă a operațiilor logistice (stocarea, păstrarea mărfurilor, crearea condițiilor de vânzare-cumpărare etc.), din cauza spațiilor neadecvate.
4. Evidența incompletă a statisticii oficiale și informația acumulată doar de magazine nu permite o prognoză corectă a necesarului de producție sub aspect cantitativ și calitativ. Cu atât mai mult că majoritatea rețelelor de comerț cu amănuntul, care practică comerț organizat, totodată, au și activitate de import al mărfurilor de larg consum. Interesul mercantil al comercianților pentru influențarea deciziei de cumpărare a consumatorilor la mărfurile de import este stimulat de formula „o singură marfă – două tranzacții / beneficii”.
5. Cultura organizațională a prestației comerciale la majoritatea comercianților cu amănuntul nu este orientată spre prestarea serviciilor de informare și consultanță privind produsele de inovație și a serviciilor postvânzare, ca: livrare la domiciliu, asistență tehnică și reparații în caz de necesitate. Excepția o reprezintă doar rețelele moderne sau magazinele de franciză, care activează în baza investițiilor străine și a sistemelor de management preluate din străinătate.
6. Datorită importurilor ilegale și a ponderii înalte a comerțului neorganizat, transmiterea contravalorii monetare prin asigurarea calității mărfurilor este o funcție greu de realizat. În procesul de aprovizionare cu mărfuri, chiar și comercianții care practică comerț organizat nu țin cont de necesitățile consumatorului în funcție de nivelul veniturilor acestora. Lipsa intervenției statului în formarea prețurilor la mărfurile de larg consum nu permite asigurarea mobilizării resurselor financiare la consumatori în raport cu puterea lor de cumpărare.
7. Uzurparea frecventă a drepturilor consumatorilor în domeniul comerțului cu amănuntul generează dezechilibre între interesele economice ale comercianților și interesele sociale ale consumatorilor, stimulând insuccese în activitatea de desfacere și insatisfacții în consum.

**Bibliografie:**

1. Anuarul Statistic al Republicii Moldova, Chișinău, 2006.
2. Conceptul de susținere a dezvoltării comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2006-2009, elaborat de Ministerul Economiei și Comerțului.
3. Obiectivele Politicii Fiscale și Politicii de Administrare Fiscală pe Termen Mediu (2007-2009). Inspectoratul Fiscal Central de Stat, Chișinău 2006.
4. Patriche D., *Bazele comerțului*, Editura Economică, București 1999.
5. Raportul Anual al Băncii Naționale a Moldovei pentru anul 2006.
6. Raport privind administrarea Legii nr. 93-XIV cu privire la patenta de întreprinzător.
7. Raportul Național de Dezvoltare Umană. Calitatea creșterii economice și impactul ei asupra dezvoltării umane, Chișinău 2006.

## REFORMA CADRULUI REGULATORIU ÎN TRANSPORTUL PUBLIC URBAN

*Comp. Dumitru BUDIANSCHI, ASEM*

*A series of internal and external factors exercise a permanent influenced on the regulatory framework of public urban transport. The policies applied in public transport must address and anticipate those influences in order to generate the alterations of the regulatory framework that would augment the performance of this sector. An important characteristic of the regulatory framework is its capacity to fully utilize the opportunities to participate a private sector for providing these services. In transition economies, at the development of regulatory reform it is necessary to take into account the big share of shadow economy, corruption and other phenomenon that are specific to these economies.*

Transportul public este un sector cu un nivel înalt de reglementare. Datorită specificului tehnologic, economic, importanței sociale, impactului asupra ecologiei și asupra altor domenii de activitate umană, în acest sector reglementarea economică și socială sunt prezente și puternic intercalate. De asemenea, există și anumite forme de reglementare administrativă. Principalele instrumente de reglementare economică sunt prețul, condițiile de intrare și ieșire de pe piață, controlul calității și al volumului serviciilor. Din cele sociale se pot menționa asigurarea siguranței, protecția mediului, accesul persoanelor defavorizate și a celor cu dezabilități, acoperirea geografică.

Reglementarea în sens larg al cuvântului se "referă la diversele seturi de instrumente prin care guvernele stabilesc cerințe (condiții) întreprinderilor și cetățenilor" [5]. În general, sunt bine cunoscute opiniile privind necesitatea reglementării economice, conform cărora aceasta este privită ca în lucru dăunător sau benefic. Aceste opinii, de regulă, se bazează pe viziuni diferite asupra rolului pieței și capacității acesteia de a asigura o dezvoltare fără crize.

De ce este necesară reglementarea? Motivele pot fi diferite, unele justificate prin specificul tehnologic de necesitatea realizării intereselor publice și a obiectivelor sociale, iar altele nejustificate, cum ar fi cele legate de utilizarea reglementării pentru ca o anumită persoană sau partid să fie reales/ă sau apă-

rea intereselor de grup în detrimentul intereselor publice. Principalele cauze ce justifică necesitatea reglementării decurg din „eșecul pieței”, unde piața nu poate asigura realizarea intereselor publice și de echitate socială sau „lipsa pieței”. Monopolul, obținerea supraprofiturilor, prezența externalităților, insuficiența sau asimetria informației, necesitatea asigurării continuității serviciilor, prezența unui mediu anticompetitiv, asigurarea cu bunuri publice, forța inegală a părților în desfășurarea afacerii, asigurarea echității și politicilor sociale sunt o parte din condiții când apare necesitatea de reglementare [1].

Tradițional, transportul public a fost prestat de către furnizori publici și deseori în conștiința cotidiană noțiunea de transport public este asociată cu un furnizor public. În ultimele două decenii, problema legată de participarea sectorului privat la prestarea serviciilor publice a fost intens dezbătută în literatura teoretică și practică de specialitate. Transportul public de pasageri și transportul în general a fost unul dintre domeniile unde transformările în acest sens au cunoscut o evoluție semnificativă. Este evident că participarea sectorului privat la prestarea serviciilor de transport nu este un scop în sine, ci un mijloc de a spori performanța în acest sector.

Totodată, substituirea mecanică a furnizorilor publici cu cei privați fără ajustarea formelor și metodelor de reglementare în acest domeniu nu asigură automat o performanță mai bună față de situația cu

furnizorii publici. Este adevărat că nici menținerea furnizorilor publici nu este un motiv pentru a nu dezvolta cadrul de reglementare. Prin cadrul regulatoriu vom înțelege reglementările legale centrale și locale, formele legate de implicarea cetățenilor și a factorului politic și aspectele de organizare ce asigură funcționarea sistemului de transport. Cu alte cuvinte, cadrul regulatoriu determină mijloacele și căile prin care serviciile de transport public sunt planificate, organizate, produse, monitorizate și controlate.

Cadrul regulatoriu se află sub influența permanentă a unei multitudini de factori interni și externi, ce se află într-o mișcare continuă determinată de progresul economic și social general, precum și de aspecte concrete și individuale ale sectorului și locului de prestare a serviciilor. În această ordine de idei, o caracteristică hotărâtoare a cadrului regulatoriu este capacitatea acestuia de a se adapta, a se ajusta la aceste schimbări, pentru a asigura maximizarea beneficiilor de la utilizarea resurselor sociale disponibile. În special este necesar de ținut cont de acest lucru pentru țările cu o economie de piață fragilă sau în devenire (în tranziție).

Țara noastră, ca și alte țări în tranziție, are o mică experiență în ce privește interacțiunea generală a sectorului public și cel privat. Mediul de afaceri are un șir de probleme, precum ar fi reglementările necoerente, cota considerabilă a economiei tenebre, corupția, un cadru de reglementare general ce nu promovează competiția și performanța. Toate aceste probleme creează dificultăți suplimentare în dezvoltarea cadrului regulatoriu în comparație cu țările ce au o economie de piață consolidată. Acestea creează premise și condiții suplimentare similare pentru „eșecul pieței”, precum și pentru „eșecul guvernării”.

Creșterea performanțelor sectorului se poate realiza doar dacă există un cadrul regulatoriu care poate să valorifice oportunitățile legate de participarea sectorului privat în deplină măsură. Această afirmație își găsește argumentarea în teoriile economice de orientare neoclasică și în conceptul „mâinii invizibile” al lui Adam Smith. Adepții acestei direcții se bazează pe încrederea că guvernul este un manager prost ce nu poate răspunde într-un mod adecvat cererii, datorită tendinței de a crește costurile nejustificat, nu poate stimula inițiativa individuală, este ineficient și costisitor. Evoluția reformelor din ultimele decenii în acest sector ne arată o orientare clară spre atragerea participării directe a sectorului privat la furnizarea serviciilor de transport, manifestată prin dereglementare, privatizarea furnizorilor sau prin diferite forme de parteneriat public-privat.

Sub presiunea crizei economice acute din anii 90, autoritățile, practic, au fost nevoite să accep-

te dezvoltarea unui segment paralel de transport public furnizat de persoane private. În acele condiții, sectorul privat a preluat o cotă considerabilă din volumul de transport și o menține până în prezent. Este necesar de menționat că acest lucru la început a fost foarte puțin reglementat. Între timp spațiul de reglementare a crescut, însă motivul real al sporirii nivelului de reglementare nu întotdeauna a fost apărarea interesului public. Din această cauză, reglementările existente, practic, nu-și fac efectul în corectarea „eșecului pieței”. Acesta este un caz clar unde introducerea reglementărilor se pot explica prin teoria „grupului interesat” sau „interesului privat”.

Sistemul public al transportului urban de călători este compus din mai multe elemente ce au scopul să asigure procesul de transport, în general, sau să satisfacă anumite segmente ale pieței de transport. Ținând cont de acest lucru, este necesar ca cadrul regulatoriu să fie de așa natură și structură, încât să permită trecerea unor elemente ale sistemului în sectorul privat cu un nivel minim necesar de reglementare. În cazul mun. Chișinău, pentru fiecare tip de transport, taxi, microbuze, autobuze și troleibuze se pot aplica diferite forme de angajare a operatorilor privați, începând cu competiția deschisă până la concesiune sau contract de management.

Totodată, este necesar de ținut cont că transportul public urban de călători, prin atragerea sectorului privat, va spori performanța în ce privește eficiența productivă, însă în continuare nu va asigura o eficiență socială. Acest lucru se întâmplă, în primul rând, datorită prezenței externalităților. În condițiile țării noastre acest fapt are loc și din cauza altor condiții, cum ar fi: problemele legate de insuficiența de informație, prezența unui mediu anti-competitiv, forța inegală a părților în desfășurarea afacerii, asigurarea echității și politicilor sociale și altele. În calitate de exemplu în acest sens se poate aduce dezvoltarea transportului cu microbuzele, care are un avantaj competitiv față de alte mijloace de transport datorită producerii externalităților negative. În prezent, dezvoltarea excesivă a acestuia (ca pondere din totalul volumului de transport) este în mare măsură datorată și utilizării mai intensive a resurselor externe (ex. rețelei de drumuri, poluării mediului).

Din această cauză este necesară aplicarea unei astfel de politici în transportul public urban care să cedeze spațiu cât mai mult posibil competiției, să creeze condiții pentru promovarea sectorului privat, totodată păstrând (în unele cazuri, temporar) numai acele instrumente de reglementare economică care corespund condițiilor concrete ce conduc la „eșecul pieței”. Totodată, este necesară reforma cadrului regulatoriu ce ar conduce la lichidarea acestor condiții acolo unde aceasta este posibil, de exemplu, internalizarea externalităților.

**Bibliografie:**

1. Baldwin Robert, *Cave Martin Understanding Regulation: Theory, Strategy and Practice*, Oxford University Press 1999
2. Berechman, J. *Public Transit Economics and Deregulation Policy*, North-Holland Publishing Co, 1993.
3. Hensher D, Brewern A, *Transport: An Economics and Management Perspective*. Oxford University Press, 2001
4. Hertog, J *General theories of regulation*, Encyclopedia of L&E, 2000, <http://users.ugent.be/~gdegeest/>
5. OECD, *The OECD Report on Regulatory Reform: Synthesis*, Paris. Copyright OECD, 1997.
6. Peltzman Sam; Michael E. Levine; Roger G. Noll, *The Economic Theory of Regulation after a Decade of Deregulation*, Brookings Papers on Economic Activity. Microeconomics, Vol. 1989. (1989), pp. 1-59
7. Stigler, George J, *'The Theory of Economic Regulation'*, Bell Journal of Economics and Management Science, Vol. 2, No. 1. (Spring, 1971), pp. 3-21.



## PROBLEMATICA ASIGURĂRII CU RESURSE UMANE A ORGANIZAȚIILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN CONTEXTUL EXTINDERII UNIUNII EUROPENE SPRE EST

*Conf. univ. dr. Alic BÎRCĂ, ASEM*

*This article is about problematical assurance with human resource of organizations from Republic of Moldova. In this context are presented and the European Union's extension to east. The assurance with human resource represent one of the foundation activities of human resource management that autochthonous organizations must accord more attention, especially in the situation when workforce from Republic of Moldova take one's bearing more on the European Union countries. The tendency of engagement in foreign countries of Moldavian citizens created a lot of problems to organizations in there assurance with human resource with higher qualification.*

Asigurarea organizației cu resurse umane reprezintă una din activitățile de bază ale managementului resurselor umane. Influența pe care o exercită activitatea de asigurare cu resurse umane asupra întregii organizații este deosebit de importantă, deoarece poate aduce beneficii substanțiale, în cazul când aceasta este asigurată la timp, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ, cu forța de muncă necesară. În același timp, poate aduce și mari prejudicii organizației, când nu se respectă principiul elementar de muncă „omul potrivit la locul potrivit”.

Asigurarea organizației cu resurse umane este influențată de mai mulți factori atât din mediul intern, cât și cel extern. Factorul intern cel mai relevant, specific organizațiilor din Republica Moldova, este determinat de ușurința cu care managerii tratează unele probleme esențiale pentru asigurarea succesului organizației, și anume:

- identificarea calificărilor și aptitudinilor necesare pentru posturile existente sau vacante din organizație;
- alegerea și atragerea candidaților care corespund cerințelor posturilor respective cu ajutorul celor mai eficiente metode;
- respectarea legislației muncii și eliminarea practicilor discriminatorii.

În plus, există și alți factori interni, cum ar fi: nivelul salariilor practicat de organizație, sistemul motivațional inadecvat, programul de muncă rigid etc.

Factorii externi care influențează asigurarea organizației cu resurse umane pot fi considerați: raportul dintre cererea și oferta de forță de muncă, salariile organizațiilor concurente, atractivitatea zonei în care este amplasată organizația, domeniul de activitate al organizației etc.

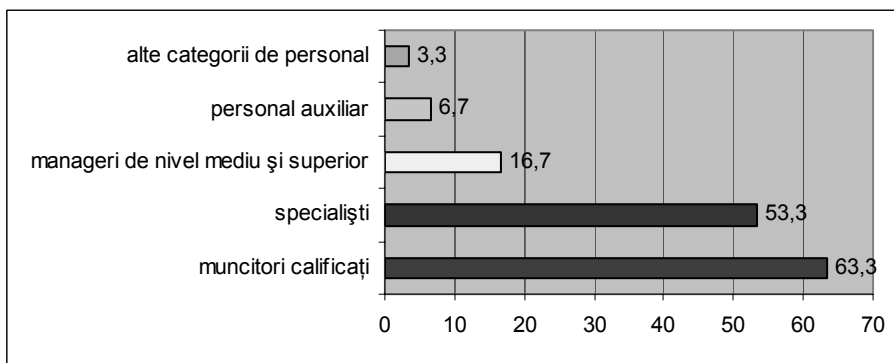
Deși în Republica Moldova oferta depășește cu mult cererea de forță de muncă, organizațiile se confruntă cu probleme de deficit de personal, în special la categoria muncitori calificați și, mai ales, în domeniul construcțiilor, acest domeniu de activitate luând amploare în ultimii ani în R.Moldova, după o stagnare

de mai bine de 10 ani. În imposibilitatea găsirii unui loc de muncă conform meseriei pe care o dețineau, o bună parte din cei rămași fără un loc de muncă și fără un venit stabil pentru întreținerea familiei au fost nevoiți să plece peste hotare, în special în Federația Rusă, pentru a activa de cele mai multe ori ilegal, asumându-și, totodată, mai multe riscuri. Această afirmație este caracteristică și pentru alte domenii de activitate. Deficitul de personal în rândul muncitorilor calificați este determinat și de faptul că pentru tineretul de astăzi meseriile și profesiunile oferite de școlile profesionale și cele polivalente nu mai sunt atât de atractive.

Ca rezultat al studiului „Relațiile de muncă în Republica Moldova din perspectiva companiilor”, Raport sectorial în cadrul proiectului „Advancing Social Responsibility and Launching Global Compact in Republic of Moldova” realizat de Expert Grup, s-a încercat identificarea problemelor cu care se confruntă organizațiile din Moldova în materie de resurse umane. Studiul a cuprins 55 de organizații din R.Moldova din diferite domenii de activitate și de diferite mărimi din punctul de vedere al numărului de angajați. Aproximativ jumătate din organizațiile participante la sondaj au menționat că se confruntă cu probleme de deficit de personal.

Deficitul de personal înregistrat de organizațiile participante la sondaj se referă, practic, la toate categoriile de angajați. În figura 1 sunt arătate categoriile de angajați de care organizațiile duc lipsă.

Potrivit figurii 1, organizațiile duc lipsă cel mai mult de muncitori calificați, 63,3% din organizațiile participante la sondaj confirmând acest lucru. În afară de această categorie de angajați, o bună parte din organizațiile respondente au susținut că înregistrează un deficit de angajați și la capitolul specialiști – 53,3%. De asemenea, 16,7% din organizațiile respondente au menționat că înregistrează un deficit de angajați la categoria manageri de nivel mediu și superior, în timp ce 6,7% – de personal auxiliar.

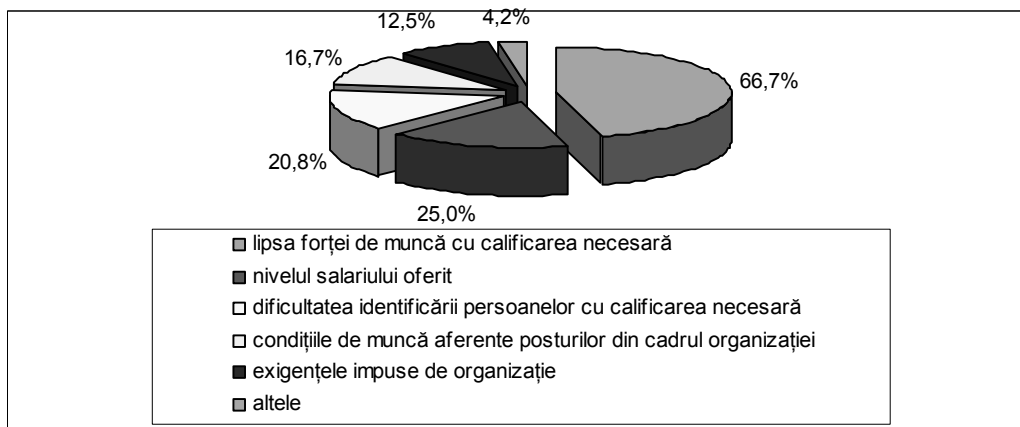


**Figura 1. Categoriile de angajați de care organizațiile au nevoie**

Nu mai puțin important este și faptul că 53,3% din organizațiile care au deficit de personal au confirmat că au lipsă de specialiști. Or, în ultimii ani, anume instituțiile de învățământ superior și colegiile au fost acele care au promovat cei mai mulți specialiști pe piața forței de muncă. O problemă ar putea consta și în abilitatea celor din domeniul resurselor umane din cadrul organizațiilor de a identifica astfel de specialiști. Aceeași situație este caracteristică pentru managerii de nivel mediu și superior de care organizațiile duc lipsă. Inadvertența dintre planurile de studii aplicate de instituțiile de învățământ superior pentru formarea specialiștilor și doleanțele angajatorilor în materie de pregătire profesională constituie o altă problemă care conduce la constatarea deficitului de personal în cadrul organizațiilor.

Întâmplător sau nu, dar în momentul efectuării studiului, 6,7% din organizațiile care înregistrau deficit de personal erau la categoria personal auxiliar. Aceasta ne vorbește despre faptul că organizațiile în cauză nu colaborează cu agențiile teritoriale pentru ocuparea forței de muncă la care, de cele mai multe ori, apelează persoanele cu niveluri de calificare inferioară sau fără o meserie/profesie ce le-ar permite încadrarea mai ușor în câmpul muncii. Iar persoanele cu niveluri inferioare de calificare sau fără o meserie concretă sunt atribuite la categoria personalului auxiliar.

Cauzele pentru care organizațiile înregistrează deficit de personal sunt multiple. Însă cea mai importantă cauză o constituie lipsa forței de muncă cu calificarea necesară. În figura 2 sunt prezentate cauzele deficitului de personal în cadrul organizațiilor.



**Figura 2. Cauzele deficitului de personal în cadrul organizațiilor**

După cum se observă din figura 2, 66,7% din organizațiile respondente consideră că deficitul de personal se datorează lipsei forței de muncă cu calificarea necesară. În același timp, 12,5% consideră că deficitul de personal este determinat de exigențele impuse de organizație. Prin urmare, putem constata că, în etapa actuală, organizațiile solicită un standard mai înalt de profesionalism și de competențe atât față de proprii angajați, cât și față de potențialii angajați. Pe de altă parte, am putea deduce că instruirea profesională a tinerilor în

instituțiile de învățământ se realizează sub nivelul așteptărilor organizațiilor.

O altă cauză care conduce la existența deficitului de personal în cadrul organizațiilor o reprezintă dificultatea identificării persoanelor cu calificarea necesară. Această cauză este confirmată de 20,8% din organizațiile respondente care înregistrează deficit de personal. Aceasta reprezintă, de fapt, o problemă internă a organizației și ține, în mare măsură, de abilitățile specialiștilor din domeniul resurselor umane sau a patronilor de a identifica persoanele potrivite

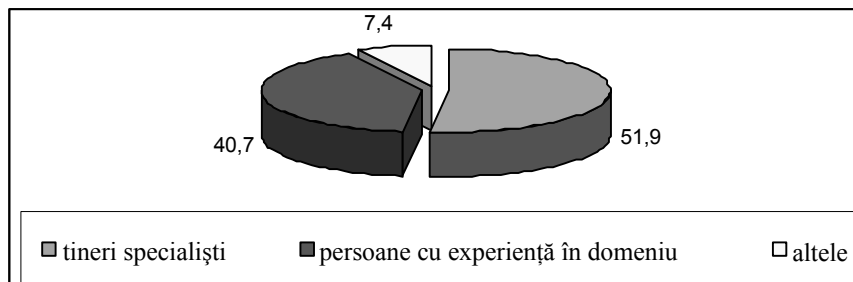


pentru posturile vacante. De asemenea, 25,0% din organizațiile respondente consideră că deficitul de personal este influențat și de mărimea salariului oferit de organizație. Sau, în ultimul timp, pretențiile salariale ale angajaților sau potențialilor angajați față de organizații au crescut considerabil. De cele mai multe ori, potențialii candidați acceptă să plece la muncă în străinătate decât să lucreze pentru un salariu insuficient pentru întreținerea familiei.

Condițiile de muncă aferente posturilor reprezintă o altă cauză ce determină deficitul de personal și care a fost menționată de 16,7% din organizațiile

respondente. Aceasta se explică prin faptul că unele posturi de muncă din organizații se află într-un mediu ambiant mai puțin favorabil sau impun un program de muncă în care activitățile trebuie desfășurate în zile de odihnă și de sărbătoare, condiții mai puțin agreeate de orice persoană.

În procesul de angajare de noi persoane, organizațiile se orientează spre anumite categorii de cetățeni, în funcție de politicile promovate în acest domeniu. În figura 3 sunt prezentate categoriile de persoane spre care se orientează organizațiile în timpul angajării.



**Figura 3. Categoriile de persoane spre care se orientează organizațiile la angajare**

Cu toate că organizațiile se orientează mai mult spre persoanele tinere, anume acestea întâmpină cele mai multe dificultăți la angajarea în câmpul muncii datorită lipsei de experiență. Dificultatea atragerii persoanelor tinere în cadrul organizațiilor este determinată și de pretențiile salariale pe care aceștia le înaintează la angajare. Puțini tineri care au absolvit o instituție de învățământ superior acceptă să se angajeze în organizațiile autohtone pentru un salariu mai mic de 100 euro. Aceasta îi determină pe mulți absolvenți ai instituțiilor de învățământ superior să plece la muncă în străinătate pentru un salariu mai mare, dar, în același timp, în condiții de muncă mai puțin acceptabile.

Timp de mai bine de 10 ani, spațiul ex-sovietic, în special Federația Rusă, a constituit o oportunitate pentru o bună parte din cetățenii Republicii Moldova de a desfășura anumite activități, în majoritatea cazurilor ilegale, asumându-și anumite riscuri. Deși salariile erau și sunt atractive și în continuare pentru forța de muncă din R.Moldova, deoarece sunt cu mult superioare față de cele practicate în țara noastră, au existat multiple cazuri când persoanelor în cauză nu li se plătea pentru munca efectuată, în schimb erau maltratate fizic și expulzate din Rusia. Un alt risc destul de mare pe care și-l asumă cetățenii noștri sunt condițiile de trai și de muncă aproape inumane. Or, au existat suficiente cazuri când cetățenii moldoveni au decedat în condiții necunoscute în Federația Rusă. În ultimii 2-3 ani, odată cu înăsprirea condițiilor de ședere a cetățenilor din spațiul ex-sovietic, forța de muncă a început să se orienteze mai mult spre țările europene. Pentru unii cetățeni din Moldova angajarea în Rusia a fost condiționată de necesitatea acu-

mulării unei anumite sume de bani pentru a pleca în una din țările Uniunii Europene (în ultimul timp, suma respectivă depășește patru mii de euro).

O parte din cetățenii Republicii Moldova au plecat de la bun început în țările europene unde, de asemenea, desfășurau și desfășoară și în continuare activități ilegale, dar cu riscuri mai mici, ca urmare a unui nivel mai înalt de civilizație al țărilor respective.

Extinderea Uniunii Europene până la 25 de țări membre în 2004 a deschis noi oportunități pentru forța de muncă din Moldova, aceasta redirectionându-se dinspre Est spre Vest, în special în Cehia, Slovacia, Polonia etc. Problema cea mai mare este legată de obținerea vizei de ședere pentru țările respective.

Odată cu intrarea în Uniunea Europeană a României, considerăm că forța de muncă autohtonă se va orienta anume în această direcție. Avantajele pentru cetățenii R.Moldova sunt considerabile. În primul rând, distanța este relativ mică, ceea ce ar permite ca cetățenii noștri să se deplaseze mai frecvent la domiciliu. În al doilea rând, nu există barieră lingvistică, iar aceasta ar permite o integrare mai rapidă a forței de muncă în noul mediu de activitate, ceea ce nu este caracteristic pentru celelalte țări ale Uniunii Europene. În al treilea rând, posibilitățile de obținere a vizei pentru România sunt cu mult mai mari comparativ cu celelalte țări ale Uniunii Europene. În plus, o parte din moldoveni dețin deja cetățenia românească, iar altă parte sunt pe cale să-o dobândească, ceea ce va face să dispară și problema în cauză. În al patrulea rând, datorită deficitului de forță de muncă în România pentru anumite domenii de activitate, patronii români vor accepta, mai degrabă, forța de muncă din Republica Moldova decât cea venită pe cale ilegală din

țările Asiei. În al cincilea rând, forța de muncă autohtonă ar putea câștiga cu mult mai mult datorită salariilor aplicate în România, care au tendința de creștere până la „apropierea” de nivelul salariilor practicate de celelalte țări ale Uniunii Europene.

Prin urmare, problema asigurării cu resurse umane a organizațiilor autohtone se va acutiza și mai mult în timpul apropiat. Forța de muncă cu un nivel înalt de calificare va încerca să se angajeze în străinătate pentru o motivație mai sporită. În cazul în care organizațiile autohtone nu vor întreprinde măsuri concrete pentru atragerea și menținerea resurselor umane

de calificare înaltă, acestea riscă să se „alimenteze” cu forța de muncă mai puțin calificată, „de mâna a doua”, ceea ce le-ar crea dificultăți în realizarea obiectivelor asumate și, totodată, nu vor putea face față concurenței impuse din exterior. De aceea, situația creată la moment în Republica Moldova și tendința de manifestare a acesteia pe viitor trebuie să pună în gardă managementul superior al organizațiilor autohtone. Necesitatea revizuirii politicilor din domeniul resurselor umane adoptate de organizațiile autohtone este inevitabilă, altfel acestea se vor confrunta cu mari probleme de personal.

## PERFEȚIONAREA FUNCȚIILOR DE BAZĂ ȘI INTERCONEXIUNEA ACESTORA ÎN PROCESUL DE CONDUCERE

*Drd. Natalia SUDITU, Academia de Administrare Publică pe lângă Președintele RM*

*The functions of the management process are considered as a series of the continuous inter-connected actions directed on achievement of object in views to organization. The various authors offered the sets administrative functions and in this way in many from them as independent administrative function are considered planning, organization of job, motivation and control.*

În prezent, este aproape imposibil să întâlnești o instituție (organizație), care să nu fie supusă transformărilor de actualitate, administratorii fiind chemați să facă față cerințelor noi, să soluționeze eficient problemele cu care se confruntă.

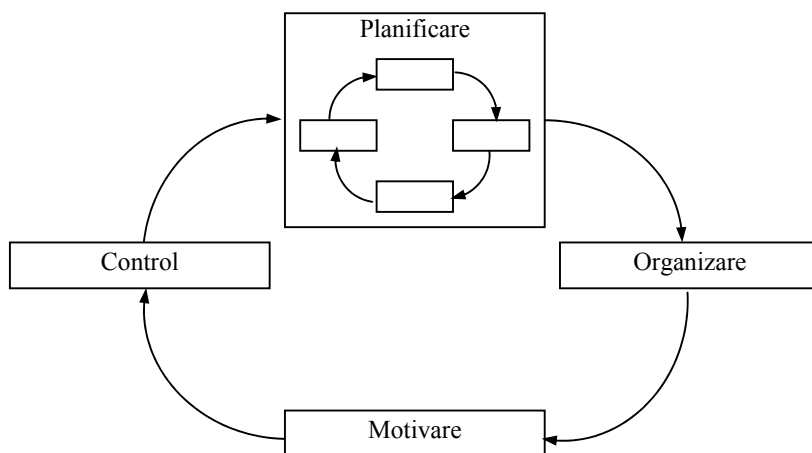
Problema privind perfectarea procesului de conducere constă nu numai în explicarea faptului – ce urmează să schimbăm, dar, mai ales, în identificarea priorităților cu care să ajungem la calitatea propusă.

Gherbert Saimon, un renumit expert american în probleme de conducere, a constatat că oricare activitate practică este rezultatul a doi factori „hotărârea” și „acțiunea”. Astfel, procesul de conducere poate fi

abordat atât prin prisma luării de decizii, cât și prin acțiuni corespunzătoare acestora.

Deciziile generează acea informație pentru conducători, care este adusă la cunoștința executorilor sub formă de sarcini, planuri, norme, ordine, comenzi etc. și servește drept factor de bază în orientarea acțiunilor lor ulterioare.

Cercetarea rolului interacțiunii în procesul de conducere determină importanța studierii funcțiilor de conducere. Oricare funcție de conducere reprezintă un proces care, la rândul lui, constituie un șir continuu al acțiunilor de reciprocitate. Astfel, funcțiile de bază ale conducerii sunt: planificarea, organizarea, motivarea și controlul acțiunilor.



**Figura 1. Funcțiile principale ale conducerii**

**Funcția de planificare** are menirea de a stabili prioritatea direcțiilor de acțiune în conformitate cu scopul definit al organizației și posibilitățile de realizare a acestuia. Acțiunile inseparabile ale procesului de planificare sunt: analiza situației în organizație, punctele slabe și forte în domeniul finanțelor, marketingului, producerii, cercetărilor în domeniu, precum și analiza tipurilor de resurse principale.

În cazul unei analize privind situația în organizație este necesar a lua în considerare așa factori, ca: actele normative în vigoare; factorii politici, economici și sociali; concurența, cererea și oferta; clienții permanenți și temporari; tendințele conducerii și ale colectivului organizației. În baza acestei analize, pot fi identificate scopurile reale pe care organizația și le poate asuma.

Planificarea în organizație trebuie efectuată continuu, pornind de la o analiză a situației, care să fie urmată periodic de specificarea scopurilor, pe care și le asumă organizația, și terminând cu perfectarea direcțiilor de realizare a scopurilor.

Necesitatea imperioasă a procesului continuu de planificare se datorează, în primul rând, posibilității de a atinge unele dintre scopurile fixate anterior. Se mai poate întâmpla ca un obiectiv al scopului să nu fie posibil de realizat. În al doilea rând, instabilitatea timpurilor și a lucrurilor poate pune în pericol realizarea planului de la scenariul propus prin apariția unor noi sarcini și pierderea actualității celor stabilite.

**Organizarea lucrului.** Pentru ca o organizație să fie condusă efectiv în scopul atingerii rezultatelor cu susținerea cadrelor care o constituie, precum și cu resursele acordate, ea trebuie să fie organizată efectiv.

Organizarea lucrului începe cu structurarea întregului sistem al organizației: selectarea elementelor principale și determinarea interconexiunilor dintre ele. Structura organizației trebuie să asigure executarea lucrului prevăzut în plan, distribuirea obligațiilor între membrii ei, utilizarea rațională a resurselor alocate pentru realizarea lui. Chintesența organizării lucrului constă în sistematizarea acțiunilor în vederea realizării sarcinilor care stau în fața organizației.

**Motivația** este una dintre funcțiile principale ale procesului de conducere. Cu ajutorul motivației este asigurată executarea sarcinilor, prevăzute în plan și realizarea împuternicirilor, care au fost delegate de conducătorii subalternilor. Cercetările în domeniul științei comportamentale au demonstrat că motivația presupune crearea unor stimuli interni în executarea sarcinilor. De asemenea, motivația este rezultatul unui ansamblu complex al cerințelor, care mereu se schimbă.

În prezent, este conștientizat faptul că, pentru a motiva angajații, conducătorul trebuie să stabilească care sunt adevăratele cerințe ca, mai apoi, să ofere angajaților modalitatea de realizare a lor, asigurându-le condiții favorabile de activitate.

**Controlul**, ca funcție de conducere, presupune, întâi de toate, asigurarea realizării sarcinilor puse în fața organizației.

În etapa contemporană, controlul, ca funcție de conducere, prevede, în primul rând, stabilirea criteriilor de apreciere în conformitate cu scopurile organizației; în al doilea rând, evaluarea nivelurilor de atingere a scopurilor și compararea acestora cu acele rezultate care au fost planificate de organizație.

**Funcțiile de conducere** – planificarea, organizarea, motivarea și controlul – sunt determinate prin două caracteristici comune:

- 1) toate necesită luări de decizii;
- 2) executarea tuturor funcțiilor necesită o comunicare în scopul obținerii informațiilor necesare pentru a adopta decizii corecte și pentru a le comunica celorlalți membri ai organizației. Aceste două caracteristici menționate consolidează funcțiile de conducere, asigurând în oricare etapă a procesului interconexiunea, comunicarea și luarea unor decizii optime.

Adoptarea de decizii este un proces, care este prezent în realizarea tuturor funcțiilor de conducere, deoarece și planificarea, și organizarea, și motivarea, și controlul necesită luarea unor decizii corecte.

*În această etapă (luarea de decizii), conducătorii au în față două sarcini:*

- 1) elaborarea variantelor posibile de decizii;
- 2) alegerea celei mai optime decizii.

În prezent, adoptarea de decizii devine una dintre problemele esențiale ale sistemului de perfecționare a conducerii.

**Comunicarea.** O condiție (cerere) principală atât pentru luarea unor decizii obiective și efective, cât și pentru identificarea unor probleme majore este circuitul informației adecvate. De fapt, unica modalitate pentru obținerea informației este comunicarea. Desigur, fără comunicare, fără circuitul informației de la subiectul la obiectul de conducere și invers, fără ca informația transmisă să fie corect înțeleasă, este imposibil să-ți imaginezi un sistem de conducere eficient.

Funcțiile de luare a deciziilor sunt foarte strâns interconectate la procesul de conducere. Dinamica procesului poate fi determinată de influența funcției de adoptare a deciziilor atât în particular, cât și în general. Aceasta își găsește o reflectare, îndeosebi, în raporturile reciproce dintre funcțiile de luare a deciziilor.

Funcționalismul acestei reciprocități semnifică faptul că funcțiile menționate au o însemnătate mai mare în cazurile în care ele sunt cercetate prin interferență decât în cazurile în care sunt cercetate aparte. Acest efect al interconexiunii semnifică că deciziile adoptate de conducere, prin prisma procesului menționat, au un potențial enorm în atingerea succeselor.

**Bibliografie:**

1. Б.Г.Литвак, *Разработка управленческого решения*, Москва. Издательство «ДЕЛО», 2004.
2. В.М.Трояновский, *Разработка управленческого решения*, Москва. Издательство РДЛ, 2003.
3. Джени Дак, журнал «Управление компанией» №5, стр.11, 2004.

## CONDUCEREA ÎNTRERINDERII DIN SFERA SERVICII ÎN BAZA UTILIZĂRII TEHNOLOGIILOR INFORMAȚIONALE

*Drd. Sergiu ANTON, ASEM*

*In the given report questions of operation of business are considered on the basis of use of information technologies. The review of information technologies used in operation of business is given.*

Economia sferei servicii, paralel cu ramurile extractivă și de producție, constituie una dintre cele mai importante domenii ale economiei mondiale. De exemplu, mai mult de 80% din creșterea PIB-ului SUA se referă la activitatea în sfera servicii, care este și principalul consumator de tehnologii informaționale. Pentru țările dezvoltate, predominarea

sferei servicii în structura PIB de mult a devenit o normă. În structura PIB-ului Republicii Moldova, în prezent, cota sferei servicii de asemenea depășește cota industriei și agriculturii luate împreună. Aceasta se vede din exemplul structurii PIB-lui în 2006 într-un șir de țări dezvoltate și R.Moldova, prezentate în tab.1.

**Tabelul 1**

**Structura PIB-ului Moldovei și al altor țări în 2006**

Țara	Structura PIB, %		
	Servicii	Industria	Agricultura
SUA	78,6	20,4	0,9
UE	70,5	27,3	2,1
Israel	66,6	30,8	2,6
Moldova	56,5	22,0	21,5

A conduce eficient o întreprindere modernă din sfera servicii e destul de complicat, ținând cont de multitudinea resurselor utilizate și viteza mare de schimbare a mediului operațional. Serviciile constituie o varietate de acțiuni în schimbul cărora consumatorul transmite furnizorului anumite valori. Acestea apar în timpul contactului cu clientul și cu cât sunt mai variate, cu atât necesită mai multe cunoștințe, cu atât mai puternică este dependența de participarea și aportul clientului, indiferent de ceea ce lui i se oferă: muncă, proprietate sau informație, și cu atât mai complex se desfășoară schimbările în ambianța operațională a companiei din sfera servicii.

*Funcțiile de bază ale conducerii sferei servicii sunt:* planificarea, coordonarea, controlul, analiza, evaluarea activității, care se realizează în diferite direcții de activitate a întreprinderii. Formulate pe parcursul îndeplinirii funcțiilor sus-enumerate, deciziile de conducere servesc drept moment operativ pentru executori concreți. În legătură cu faptul că automatizarea îndeplinirii obligațiilor de serviciu și a unor directive luate aparte de facto a devenit în ultimul timp un standard real, o sarcină principală este automatizarea nemijlocită a funcțiilor de conducere.

*Sistemul de conducere a companiei din sfera servicii îl constituie intercorelațiile:*

- Sistemului gestiunii economice (bugetare și a evidenței administrative);
- Sistemului indicatorilor de control;
- Repartizării sarcinilor, funcțiilor, împuternicirilor și responsabilității între persoanele de serviciu ale companiei, confirmate într-un set de documente normative interne;
- Sistemului schimbului informațional (în particular, al circuitului de acte);
- Sistemului de conducere a personalului (incluzând sistemul de motivare a persoanelor de serviciu);
- Sistemului de gestiune a riscurilor.

În sistemele managementului se utilizează diferite metode de conducere, inclusiv metoda de gestionare a resurselor, proceselor, proiectelor și cunoștințelor.

Implementarea tehnologiilor informaționale la întreprinderea din sfera servicii este legată de diferiți factori. Totodată, factorul principal îl constituie dezvoltarea metodelor de conducere a întreprinderii. Tehnologiile informaționale contemporane trebuie să corespundă tuturor noutăților din teoria și practica

managementului, deoarece nivelul crescând al concurenței impune compania să caute noi metode de a-și menține prezența pe piață.

Sistemul informațional al întreprinderii din sfera servicii se deosebește, în virtutea specificului de business, de sistemul informațional al întreprinderii industriale. Pentru businessul în sfera servicii, rolul informației și în calitate de marfă, și de resursă este cel mai important. Progresul în sfera comunicațională mărește volumul informației accesibile și, în același timp, complică esențial procesul de gestiune a acestei informații. Deci, informația este o resursă critică care, bine gestionată, poate aduce un avantaj concurențial mare întreprinderii din sfera servicii.

Informația oferă posibilitatea gestiunii raționale a altor resurse prin adoptarea deciziilor privind eficiența rentabilității de a organiza producția de servicii. Câștigă cel care mai eficient colectează, prelucrează și utilizează informația despre posibilitățile ce se deschid. Managerului, pentru atingerea scopurilor economice, îi trebuie un suport sub formă de cunoștințe profesionale, informații despre particularitățile sferei alese de business. Informația necesară este stocată în numeroase surse și locuri de păstrare.

Tehnologiile informaționale modifică posibilitățile managerului companiei din sfera servicii, asigură căutarea operativă și eficientă a schimbărilor, o face sistematică și bine orientată, ceea ce contribuie la reacționarea rapidă la aceste modificări și la adoptarea unor decizii efective. În activitatea sa profesională managerul joacă nu numai rolul unui recipient de informație, dar apare și în calitate de sursă și difuzor al acesteia, adică, în esență, îndeplinește trei roluri informaționale. De faptul cum managerul organizează fluxurile informaționale, într-o mare măsură depinde productivitatea muncii întreprinderii din sfera servicii. Astfel, informatizarea asigură integrarea activității profesionale și informaționale în cadrul unui business. Aceasta oferă posibilitatea majorării esențiale și evaluării reale a impactului utilizării tehnologiilor informaționale, precum și a reducerii diferitelor riscuri informaționale legate de implementarea acestor tehnologii în companie.

De fapt, scopul folosirii tehnologiilor informaționale îl constituie ameliorarea funcționării organizației în întregime pe calea asigurării unei conduceri eficiente a resurselor și a sistemului. Scopul trebuie să fie realizabil și să corespundă misiunii organizației. O condiție necesară reprezintă mărimea lui, stabilitatea în timp și caracterul concret. Aceasta va contribui la îmbunătățirea calității serviciilor prestate din contul accelerării mișcării informației în interiorul companiei, la o mai mare accesibilitate a acesteia pentru colaboratorii respectivi și la posibilitatea abordării integrate a deservirii clienților. În plus, se va intensifica legătura inversă, care va permite evaluarea cu o mai multă precizie a eficienței tuturor acțiunilor de reclamă și marketing promovate de organizație.

Acest scop poate fi atins prin intermediul creării unui spațiu informațional unic în cadrul firmei, mai întâi de toate în sfera relațiilor cu clienții și constituirii unui sistem eficient de evidență și analiză a activității economice a organizației.

O mare importanță pentru managementul companiei îl are procesul de implementare a tehnologiilor informaționale în activitatea întreprinderii din sfera servicii. Asupra procesului de implementare se suprapun un șir de restricții, printre care regimurile de muncă ale sistemului, dar cel mai frecvent acestea apar din exterior. În cazul implementării tehnologiilor informaționale în activitatea întreprinderii din sfera servicii, drept restricții de bază servesc modalitățile de utilizare a elaborării bazei de date a asigurării cu programe, costul acesteia și a implementării sistemului dat. De asemenea, trebuie luate în considerație cheltuielile pentru susținerea sistemului informațional în viitor, deoarece legislația și alți factori ai ambianței externe se află într-o stare de continuă schimbare, impunând organizația să se modifice și să se adapteze respectiv, să-și instruiască permanent și personalul. Ca urmare se vor schimba și cerințele față de sistemul informațional din interiorul firmei. *Astfel, se pot delimita trei grupe principale de restricții: bugetul firmei, modalitățile asigurării cu programe și intervalul de timp.*

Să examinăm principiile de bază de care trebuie să țină cont conducerea companiei din sfera servicii la adoptarea deciziilor despre implementarea tehnologiilor informaționale în activitatea întreprinderii. În primul rând, la implementarea acestora compania trebuie să se „deplaseze” din starea curentă fără o daună financiară însemnată. Este necesară o imagine clară a sistemului în calitate sa ulterioară, pentru a alege cu mai multă precizie mijloacele de atingere a scopurilor. Termenul de implementare trebuie să fie limitat la trei, patru luni. În caz contrar, acest proces se va prelungi și poate ieși de sub control.

Implementarea tehnologiilor informaționale, ca și orice altă transformare în întreprindere, este un proces complicat și deseori bolnăvicios. Totuși, unele probleme ce apar odată cu implementarea sistemului sunt destul de bine studiate și au soluționări eficiente. *Toate lucrările privind implementarea pot fi împărțite în patru faze: planificarea elaborării, proiectarea și punerea sarcinii, instalarea sistemului și lansarea lui.*

În timpul primei faze se realizează planificarea detaliată a tuturor resurselor, alcătuirea bugetului, formarea grupului de proiectare a implementării (sub conducerea liderului proiectului), repartizarea rolurilor. Pe parcursul fazei a doua se formează scopurile implementării și cerințele față de asigurarea cu programe, se elaborează criteriile de comparație. Cea de-a treia fază presupune instalarea nemijlocită a sistemului informațional în companie. În ultima fază se realizează lansarea sistemului.

Generalizând cele expuse mai sus, menționăm că nu ne putem imagina businessul contemporan



din sfera servicii fără implementarea tehnologiilor informaționale în conducerea companiilor. Fiecare nouă etapă de dezvoltare a tehnologiilor informaționale deschide noi posibilități de ridicare a eficienței. Acest fapt permite businessului să devină mai mobil, să reacționeze mai flexibil la schimbările

produse. Dezvoltarea de mai departe a tehnologiilor informaționale deschide noi perspective în fața întreprinderilor din sfera servicii, precum: comerțul electronic, prin telefonia mobilă etc., ceea ce, la rândul său, înaintează noi cerințe față de administrarea businessului.

#### Bibliografie:

1. <http://www.imf.md/press/cr07275.pdf>
2. <http://www.bea.gov/>
3. [http://www.cbs.gov.il/reader/?Mlval=cw\\_usr\\_view\\_Folder&ID=141](http://www.cbs.gov.il/reader/?Mlval=cw_usr_view_Folder&ID=141)
4. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>
5. Годин В.В., Корнеев И.К. *Управление информационными ресурсами: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации»*. Модуль 17. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 432 с.
6. Корнеев И.К., Машурцев В.А. *Информационные технологии в управлении*. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 158 с.
7. Стрелец И.А. *Новая экономика и информационные технологии*. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 256 с.

## PROTECȚIA SOCIALĂ A SALARIAȚILOR ÎNTEPRINDERILOR DIN ZONA DE NORD A REPUBLICII MOLDOVA ÎN CONTEXTUL MANAGEMENTULUI STRATEGIC AL POTENȚIALULUI UMAN

*Lect. univ. dr. Irina MOVILĂ,  
Universitatea de Stat „A.Russo”, or. Bălți*

*In conditions of dynamically developing economy when for businessmen the basic result of activity to which they aspire, is the survival of the company and reception of the maximal profit with the least expenses, special value is got with social security of workers of the enterprises. Social security of workers of the enterprises is guaranteed by the state and regulated by legal certificates, basic of which the Labor code is.*

În condițiile economiei care se dezvoltă dinamic, când, pentru întreprinzători, principalul rezultat al activității lor constă în supraviețuirea companiei și obținerea profitului maxim cu cheltuieli minime, capătă o deosebită importanță protecția socială a salariaților întreprinderii.

Protecția socială a salariaților întreprinderii o garantează statul, fiind reglementată de acte juridice, dintre care cel mai important este Codul Muncii. În activitatea practică, această categorie reprezintă obiectul preocupării zilnice a conducerii întreprinderii și, în special, a managementului strategic al potențialului său uman.

Ținând cont de faptul că managementul strategic al potențialului uman reprezintă o funcție specifică a activității administrative, al cărui obiect este omul, experiența acestuia, abilitățile, aptitudinile, cunoștințele, potențialul lui, iar realizarea eficientă a potențialului uman necesită condiții favorabile de muncă, protecția socială a salariaților întreprinderilor iese pe primul plan.

În opinia savanților moldoveni, în R. Moldova, principala problemă continuă să fie reglementarea

sistemului de protecție socială a populației și realizarea programului de stat privind utilizarea forței de muncă și crearea noilor locuri de muncă [2,4]. În această ordine de idei, protecția socială a salariaților întreprinderilor reprezintă unul dintre obiectivele strategice ale managementului potențialului uman.

În Moldova, legea fundamentală care reglementează relațiile de muncă dintre angajator și angajat este Codul Muncii, care determină principiile fundamentale ale reglementării relațiilor de muncă, conform Constituției Republicii Moldova, bazate pe normele de drept internațional.

O atenție deosebită, în Codul Muncii al RM, se acordă securității muncii. Secțiunea a 9-a a Codului, numită „Protecția muncii” (art.225), obligă conducerea întreprinderilor, organizațiilor și instituțiilor să creeze condiții de muncă fără pericole, iar în cazul încălcărilor – să răspundă conform legii pentru prejudiciul cauzat sănătății salariaților [1, p.76].

Potrivit datelor Biroului Național de Statistică, facilitățile și compensațiile acordate salariaților care lucrează în condiții nocive au tendința de a progresa (tabelul 1).



Tabelul 1

**Facilitățile și compensațiile acordate salariaților care muncesc  
în condiții nocive în R. Moldova (anii 2003-2005)**

Numărul de salariați cărora li s-au stabilit:	2003	2004	2005	
			total	Inclusiv în indu- strie
Concedii suplimentare	40598	42625	45485	17550
Reducerea zilei de muncă	6596	7166	7953	400
Salarii tarifare majorate	4017	3481	3641	1223
Suplimente pentru munca în condiții nocive	33002	36971	46336	15955
Dreptul la pensie de stat în condiții privilegiate	4458	526	904	555
<b>Cheltuielile totale ale întreprinderii pentru facilități și compensații, acordate personalului (mii lei)</b>	<b>36213,5</b>	<b>55125,5</b>	<b>71607,9</b>	<b>25005,9</b>

Sursa: [6, p.107].

Analizând datele din tabelul 1, ajungem la concluzia că, în 2005, numărul salariaților cărora li s-au stabilit pensie de stat în condiții privilegiate s-a redus odată cu creșterea cheltuielilor întreprinderilor pentru plata facilităților și compensațiilor acordate salariaților care muncesc în condiții nocive (de la 36213,5 mii lei, în 2003, la 71607 mii lei, în 2005). În perioada 2003-2005, a sporit numărul salariaților cărora li s-au stabilit suplimente la leafă pentru munca în condiții nocive odată cu majorarea concediilor suplimentare. Cheltuielile întreprinderilor pentru facilitățile și compensațiile acordate personalului au crescut, din 2003 până în 2005, mai mult de două ori.

În contextul protecției muncii, e necesar să fie analizate condițiile de muncă care, conform legislației, trebuie asigurate de conducerea întreprinderii. *Condițiile muncii reprezintă un ansamblu de factori ai mediului de producție care, convențional, se împart în trei categorii:*

- factorii social-economici sau gradul de corespundere a indicatorilor securității muncii normativelor stabilite. E vorba de timpul de muncă și de timpul de odihnă, de normele și condițiile de igienă, de cerințele și regulile privind condițiile de muncă;
- factorii social-psihologici sau situația climatului psihologic din organizație. Aici sunt incluse relațiile reciproce dintre colaboratorii

organizației, atitudinea angajatului față de munca îndeplinită;

- factorii naturali-ecologici: aparatele de ventilație, instalațiile de epurare, adică e vorba de gradul de abatere a indicatorilor stării ecologice și ergonomicității locurilor de muncă față de normativele stabilite (după nivelul temperaturii, zgomotului, vibrațiilor, prăfuirii, vitezei vântului, radioactivității etc.) [3, p. 69].

Dacă prima categorie și categoria a treia a factorilor, care determină condițiile de muncă din întreprindere, sunt stipulate în Codul Muncii al Republicii Moldova, categoria a doua de factori, și anume asigurarea unui climat psihologic favorabil în cadrul colectivului, a fost omisă în legislație. Savații au dovedit că atmosfera psihologică reprezintă un factor important, ce influențează nu numai sănătatea și capacitatea de muncă a colaboratorilor, ci și productivitatea lor, gradul de satisfacție și dragoste de muncă [2,3,4]. În această ordine de idei, una dintre sarcinile managementului strategic în domeniul creării condițiilor de muncă favorabile este asigurarea unui climat psihologic benefic în colectivul întreprinderii.

Situația privind condițiile de muncă din întreprinderile R. Moldova, conform datelor Biroului Național de Statistică, este prezentată în tabelul 2.

Tabelul 2

**Analiza condițiilor de muncă ale salariaților  
pe genuri de activitate economică**

(anii 2003-2005)

Caracteristica condițiilor de muncă ale salariaților	2003	2004	2005	
			total	inclusiv în industrie
Angajați în condiții ce nu corespund normelor igienico-sanitare	18714	18422	19881	10766
Angajați la munci fizice grele	1525	1438	1823	930
Angajați în încăperi care corespund cerințelor securității muncii	215	200	136	10
Angajați care muncesc la utilaje ce nu corespund cerințelor securității muncii	33	63	37	17

Sursa: [6, p.107].

Analizând condițiile de muncă din întreprinderile autohtone, putem constata că se observă o tendință de creștere a numărului de salariați angajați în condiții care nu corespund normelor igienico-sanitare (de la 18714 oameni, în 2003, la 19881 oameni, în 2005), dintre care 54 % – în industrie. A scăzut numărul salariaților care muncesc în încăperi ce nu corespund cerințelor securității muncii, precum și al celor care lucrează cu utilaj inadecvat acestor cerințe. Aceste fapte vorbesc despre îmbunătățirea organizării și mecanizării muncii

manuale din întreprinderi. Numărul celor accidentați în întreprinderile de producție, în 2005, a fost de 682 persoane, scăzând în comparație cu anul 1998, când numărul accidentaților fusese de 1117 persoane.

În baza rezultatelor investigațiilor efectuate de către autor în întreprinderile din zona nordică a R. Moldova, se poate constata că protecția socială a salariaților din întreprinderi este satisfăcătoare [6, p.70]. Rezultatele anchetării salariaților acestor întreprinderi sunt prezentate în tabelul 3.

Tabelul 3

## Gradul de satisfacție a salariaților de factorii muncii (în %)\*

Factorii (aspectele) muncii	Satisfăcuți	Mai mult satisfăcuți decât nesatisfăcuți	Răspuns incert	Mai curând nesatisfăcuți decât satisfăcuți	Nesatisfăcuți
Condițiile igienico-sanitare și securitatea muncii	32,4	24,4	11,4	8	23,8
Nivelul de protecție	16,2	12,2	9,9	21,3	40,4
Organizarea muncii (instrucțiuni, proceduri, disciplină, regim de muncă)	26,7	29,3	10,5	15,4	18,1
Dotarea tehnico-tehnologică a muncii	26,7	37,1	9,5	15,6	11,1

Sursa: [6, p.152].

Pe parcursul cercetării, a fost examinat gradul satisfacției de muncă a colaboratorilor, luând în calcul faptul că satisfacția de muncă exercită o influență puternică asupra capacității de activitate a personalului. După cum se vede în tabelul 3, 40,4% din respondenți nu sunt satisfăcuți de nivelul protecției. Cel mai negativ impact îl are factorul fricii de a pierde locul de muncă (35,2% din respondenți). Totodată, această frică, ca factor demotivant, se manifestă, în special, la specialiști, iar personalul necalificat, dimpotrivă, este stimulat de acest factor ca să-și îndeplinească

mai bine atribuțiile. 170 de respondenți (32,4% din numărul total) sunt satisfăcuți de condițiile igienico-sanitare și de securitatea muncii, iar 195 (37,1%) sunt satisfăcuți de dotarea tehnico-tehnologică a muncii.

Managementului strategic al întreprinderilor investigate i se recomandă să ridice nivelul satisfacției salariaților de munca îndeplinită prin crearea unui climat psihologic favorabil, să perfecționeze regulile, să simplifice procedurile și instrucțiunile și să întărească disciplina de muncă formând astfel, „o echipă” cu perspectivă durabilă.

## Bibliografie:

1. Трудовой кодекс Республики Молдова № 154 – XV от 28 марта 2003 г. с изменениями и дополнениями на 3 января 2005 г. // Monitorul Oficial nr. 159 din 29.07.2003.
2. Bîrcă, A. *Managementul resurselor umane*. Chișinău: ASEM, 2006.
3. *Управление персоналом в условиях социальной рыночной экономики* / Под научной редакцией Райнера Марра и Герберта Шмидта. – М: изд. Московского университета, 1997.
4. Хрищев, Е.И. *Менеджмент фирмы*. Кишинев: изд.МЭА, 1997.
5. *Anuarul statistic al Republicii Moldova* / Biroul Național de Statistică al Rep. Moldova; col. red.: Vitalie Valcov (preș.),... – Ch.: Statistica, 2006 (F.E.-P. „Tipogr.Generală”) – 560 p.
6. Мовилэ, И. *Стратегический менеджмент как фактор эффективного формирования и реализации человеческого потенциала на предприятии*. Тз. Pentru conferirea tit. șt. de dr. în șt. econ. Chișinău, 2007. 162 p.

## CAPITALUL UMAN – FACTOR-CHEIE AL CREȘTERII ECONOMICE

*Drd. Lilia PLUGARU, IFSSP al AȘM*

*The article „Human capital – key factor of economic increase” includes the definition of human capital notion, educational and health state contribution on the state economic increase, basically economic models which confirm the contribution of the development of human capital on economic increase and the welfare of a nation.*

În condițiile tranziției spre o economie de piață și în perspectiva integrării în structurile europene, devine esențială posibilitatea exploatarea avantajelor competitive generate de investiția în capitalul uman [5, p.1]. Republica Moldova dispune de potențial uman, însă fără investiții adecvate, capitalul uman moldovenesc riscă să rămână la stadiul de resursă subutilizată.

Capitalul uman reprezintă „... *resursele productive concentrate în resursele de muncă, competențe și cunoaștere*”(Organizația Europeană de Cooperare și Dezvoltare) sau „...*competențele și abilitățile umane generate de investițiile în educație și sănătate*” (Organizația Mondială a Sănătății). Practic, capitalul uman este format din capital educațional (abilități dobândite de indivizi în procesul de instruire școlară, dar și în afara acestuia) și capital biologic (abilități fizice ale indivizilor, sintetizate cel mai adesea prin starea de sănătate). Capitalul uman s-a dezvoltat ca un concept în economie, unde este privit în special ca „*estimare a abilității unei persoane de a produce venituri prin muncă*” [Di Bartolo, 1999; preluat din 20, p.150]. Astfel, capitalul uman este reprezentat de stocul de cunoștințe profesionale, deprinderi, abilități și de sănătate, care pot conduce orice persoană la sporirea capacității sale creatoare și, implicit, a veniturilor scontate de a fi obținute în viitor, fie o capacitate a oamenilor de a produce în mod eficient bunuri și servicii [4].

La nivel macro-social, capitalul uman este estimat prin agregarea stocurilor individuale de capital uman. Capitalul uman agregat la nivel național a fost utilizat, în special, pentru a caracteriza nivelul de dezvoltare al unei țări sau pentru a explica creșterea economică a acesteia. În ultimele decenii, se acordă o importanță tot mai mare capitalului uman, considerat factor fundamental al creșterii și dezvoltării economice.

Exemplul Japoniei este poate unul dintre cele mai edificatoare pentru contribuția capitalului uman la dezvoltarea economiei care, distrusă aproape complet în cel de-al doilea război mondial, în mai puțin de cincizeci de ani a ajuns una dintre forțele importante ale economiei mondiale tocmai datorită calităților deosebite ale capitalului uman, structurate atât pe un sistem de valori care cultivă seriozitatea și devotamentul în muncă, cât și pe existența unui sistem de formare profesională foarte bine pus la punct.

În lume s-a conștientizat faptul că succesele economice ale statelor sunt determinate direct de cali-

tatea sistemelor de învățământ și că cel mai eficient factor de producție este capitalul uman, exprimat în cunoștințele, competențele, capacitățile creative și calitățile morale ale membrilor societății, pe care le formează în mare măsură sistemul de învățământ. Specialiștii apreciază, în acest sens, că în economia secolului al XXI-lea sistemul de învățământ va deveni o ramură prioritară de producție, el fiind privit ca o sferă ocupațională, ca o sferă de investiții avantajoase. Această concepție asupra misiunii învățământului va domina politica educațională de stat a majorității țărilor lumii în secolul al XXI-lea [7, p.74].

Studiile efectuate pentru demonstrarea contribuției educației la creșterea economică s-au ciocnit de complexitatea și multitudinea factorilor care intervin în acest sens, rezultatele obținute vin să confirme ceea ce astăzi unanim se recunoaște, și anume rolul decisiv pe care educația îl are asupra dezvoltării economice și sociale, în care educația superioară, realizată în centrele de învățământ superior, răspunde cel mai bine cerințelor impuse de noua eră a cunoașterii.

Contribuția educației la creșterea economică se produce prin două mecanisme. Primul, și cel mai popular, este prin crearea de noi cunoștințe, cunoscut și sub numele de „*creșterea Schumpeteriană*”. Indivizii mult mai bine educați vor deveni mai târziu oameni de știință și investitori care vor lucra pentru mărirea stocului de inteligență umană prin dezvoltarea a noi procese și tehnologii. Un al doilea mecanism prin care educația afectează creșterea economică este transmiterea de cunoștințe și informații. Școlile și universitățile asigură nivelul de educație și instruire necesare pentru a putea înțelege informația nouă.

Educația calitativă și accesibilă este un element indispensabil pentru a avansa dezvoltarea umană și creșterea economică ale unei națiuni prin îmbunătățirea capacității de inovare și adaptare a capitalului uman și prin majorarea productivității muncii. Îmbunătățirile calitative și cantitative în educația națiunii pot schimba radical dotarea economiei cu factori de producție [11, p.72]. Investind în educație, o economie bazată pe resurse naturale și pe forță de muncă ieftină se transformă într-o economie competitivă bazată pe valoarea adăugată înaltă, creată de o forță de muncă educată [2]. Aducând o contribuție mai mare la creșterea economică, forța de muncă mai educată este și mai bine remunerată. Astfel, în 2003, salariul unui angajat cu studii superioare în Republica Moldo-

va era cu 51% mai mare decât cel al unui salariat cu studii medii profesionale, cu 70% mai mare decât al celor cu studii medii generale și aproape de 3 ori mai mare decât al celor cu studii gimnaziale [2].

Nu este neglijabil nici rolul și locul pe care îl are sănătatea în utilizarea resurselor umane sub aspect economic. Dezvoltarea și creșterea economică nu poate fi percepută fără participarea oamenilor. Or, capacitățile fizice, calitatea biologică a ființei umane reprezintă condiții esențiale ale procesului de creștere și dezvoltare economică. Deci, sănătatea umană stă la baza întregii activități economice. O societate bolnavă este mai puțin productivă, ceea ce este un impediment în dezvoltarea economică și impune costuri ridicate pentru tratare, costuri suportate finalmente, tot de beneficiari.

Rezultatele unor cercetări internaționale demonstrează că îmbunătățirea alimentației și sănătății contribuie la creșterea economică prin intermediul ameliorării performanțelor forței de muncă [10]. În plus, însuși sectorul de sănătate poate contribui la creșterea economică prin prestarea unor servicii mai calitative și mai solicitate de cetățeni în sfera formală. Totodată, se manifestă și o legătură pozitivă inversă, creșterea economică asigurând mobilizarea unor resurse publice și private mai mari în sfera protecției sănătății [11, p.63].

În literatura de specialitate au fost concepute numeroase modele, diferite între ele, dar întemeiate pe aceeași supoziție, potrivit căreia dezvoltarea cunoașterii și investiția în capitalul uman, în care educația și cercetarea ca factori determinanți, sunt însoțite de externalități pozitive, care generează randamente crescătoare și contracarează tendințele de încetinire treptată, dar continuă a procesului creșterii economice.

Modelele care încorporează cunoașterea prin intermediul investițiilor în formarea capitalului uman pun în evidență faptul că, pe lângă sporul de productivitate obținut în munca indivizilor care au beneficiat de programe de perfecționare profesională, se obține o îmbunătățire generală a standardului educației, care determină ameliorarea productivității tuturor factorilor de producție.

Cele mai consacrate estimări care au evaluat contribuția educației la creșterea economică aparțin lui Theodore Schultz [12], care și-a bazat calculele pe teoria modernă a rentei și ale lui Denison [3], care și-a fundamentat estimările pe teoria utilizării „*mâinii de lucru*”. Pentru a pune în evidență modul în care educația contribuie la creșterea economică, varianta Schultz ia în considerare atât costurile implicate de instruirea universitară, cât și costurile indirecte, exprimate în costuri de oportunitate, adică a câștigurilor pierdute, respectiv câștigurile scontate a se obține pe piața muncii de către cei cu studii medii. În varianta Denison, contribuția educației la creșterea economică vizează, într-o primă etapă, multiplicarea ratei de creștere corespunzătoare unui anumit nivel de in-

struire, cu ponderarea persoanelor având nivelul respectiv de calificare în totalul forței de muncă, urmată apoi de însumarea rezultatelor parțiale.

Un alt exemplu în acest domeniu îl reprezintă studiile realizate de J. Mincer, care a făcut determinări distincte pentru SUA, în anii 1958 și 1970, arătând că logaritmul câștigurilor este o funcție liniară, dependentă de numărul anilor de școlarizare, experiența variabilă și de investițiile educaționale postobligatorii.

Dale W. Jorgenson a încercat, de asemenea, evaluarea contribuției educației la creșterea economică a SUA, luând în considerare orizontul de timp 1948-1973, obținând circa 11%, corespunzătoare unei contribuții a calității resurselor umane de circa 0,45% / an din totalul factorilor de intrare (input-uri). El a reliefat în plus că circa 0,67% / an din contribuția educației la totalul creșterii input-ului-muncă a fost legată de îmbunătățirea productivității muncii. Atingând acest subiect, M. Plant și F. Welch [9, p.167] au încercat să măsoare impactul educației asupra productivității. Metoda utilizată de aceștia s-a bazat pe costurile de oportunitate aferente educației. Ei au plecat în analiza lor de la nivelul consumului la care se renunță, în prezent, în economie pentru viitoarele consumuri posibile. În opinia celor doi autori, este important să se determine rata la care consumul pierdut în prezent poate fi transformat într-un potențial consum viitor (abordare specifică costurilor de oportunitate).

La mijlocul anilor '80 a apărut noua teorie a creșterii, promovată de Paul Romer și Robert Lucas [preluat din 19, p.32-33] pe linia modelului de creștere neoclasic tradițional. Premisa acestei teorii este că o acumulare de capital se asociază, de regulă, cu o acumulare de cunoștințe. În primul rând, ar putea să existe o pondere mai mare a venitului factorului capital în venitul național, în raport cu venitul celorlalți factori, ceea ce ar însemna că beneficiul social al investițiilor de capital depășește beneficiul privat. Pentru a justifica această diferență, Paul Romer a presupus că investițiile private în capital generează externalitățile dinamice de tipul „*învățării din practică*” care determină o creștere a stocului public de cunoștințe, deci o rată mai mare a progresului tehnic și o productivitate mai mare a tuturor investițiilor viitoare. Ideea aparține lui Arrow [1] care consideră progresul tehnic ca funcție de nivelul cumulat al investițiilor de capital fizic. Progresul tehnic este rezultatul unui proces de „*învățare*” la nivelul fiecărei firme, un produs secundar al investițiilor de capital fizic.

Robert Lucas [8, p.27] a considerat capitalul uman ca fiind generator de externalități. În modelul său, productivitatea capitalului crește odată cu raportul capital uman/fizic și, în prezența externalităților, odată cu stocul de capital uman existent. Pe aceeași linie, Paul Romer [13] a propus un model în care cunoștințele reprezintă un factor distinct de producție. Producerea de cunoștințe determină și o sporire a stocului public de cunoștințe, iar prin economiile ex-

terne datorate specificului acestor bunuri economice, contracarează randamentul descrescător în producerea lor ulterioară și permite continuarea inovației, deci, a creșterii economice.

În literatura ultimilor ani referitoare la teoria creșterii economice, s-a vehiculat tot mai frecvent ideea creșterii economice endogene, direct dependentă de forțele pieței, față de teoria clasică a creșterii economice exogene (independentă). Modelele endogene ale creșterii economice și-au găsit utilitatea în înțelegerea implicațiilor creșterii asupra unui întreg set de politici (politica fiscală, cheltuielile publice, politica educațională, politica comercială). Modelele recente ale creșterii economice consideră cercetarea-dezvoltarea drept motorul creșterii economice. O prezumție de bază a acestor modele constă în faptul că cercetarea-dezvoltarea generează două tipuri fundamentale de output-uri, și anume: noul produs sau noul proces ca atare și informațiile tehnologice încorporate în noile produse. În acest sens, instituțiile de învățământ superior au marele merit că prin activitatea de cercetare desfășurată, ca una dintre misiunile principale ale acestora, polarizează minți strălucite pentru a genera și propaga progresul tehnic și științific și prin aceasta de a aduce contribuția la creșterea și dezvoltarea societății. Desigur, educația fără deschidere către inovație și cunoaștere nu poate duce automat la dezvoltarea economică. Mai mult decât atât, întrucât inovația necesită cercetare și activități de dezvoltare, ea este dependentă, de asemenea, de abilitatea partenerilor sociali pentru a se asigura că o forță de muncă creatoare și bine instruită, în general, o stimulează, o folosește și o sprijină.

Persoanele mai instruite prezintă, de regulă, o mai mare capacitate de transformare a creativității potențiale în creativitate ce se manifestă, ceea ce conduce, de cele mai multe ori, la performanțe superioare (inclusiv prin creșterea numărului brevetelor de invenții și inovații). Iar majoritatea acestor descoperiri sunt în folosul societății, ceea ce poate constitui un avantaj.

Un studiu estimativ pentru țările care fac parte din Organizația Europeană de Cooperare și Dezvoltare, arată că participarea la un an adițional de educație medie amplifică creșterea economică cu până la 5% ca rezultat imediat și, mai departe, cu 2,5% pe termen lung, de asemenea, îmbunătățirea în domeniul capitalului uman a fost cauza creșterii cu 20% sau chiar mai mult a creșterii anuale în câteva dintre țările Uniunii Europene în timpul anilor '90, în comparație cu decada anterioară.

Cercetările recente ale unor autori consacrați în domeniu (Roger Ibbotson și Gary Brinson) [6, p.24] au încercat să cuantifice contribuția capitalului uman la sporirea bunăstării sociale. S-a pus, astfel, în evidență că, dacă în anul 1946, în Marea Britanie, capitalul uman asigura circa jumătate din bunăstarea acestei țări, în anul 1989 circa 80% din prosperitatea țărilor dezvoltate s-a asigurat pe baza contribuției capitalului uman.

Specialiștii care abordează problematica creșterii și dezvoltării economice sunt de acord cu ideea, potrivit căreia, de îndată ce un anumit nivel de acumulare a capitalului uman este atins, acesta devine mai productiv, corelându-se pozitiv cu ratele creșterii și ocupării în cadrul modelelor de creștere. Modelele empirice de creștere economică și ocupare a forței de muncă, promovarea de către Fondul Monetar Internațional și Banca Mondială, recomandă practicarea unor bugete de austeritate în domeniile publice neproductive și alte modele de referință care sugerează creșterea cheltuielilor guvernamentale, destinate formării și acumulării capitalului uman [5, p.2].

*În condițiile trecerii economiei Republicii Moldova la o profundă restructurare pe criterii de eficiență și rentabilitate, un rol important revine factorului uman, care trebuie să reprezinte o prioritate pentru orice comunitate care se înscrie pe drumul dezvoltării economico-sociale. Investițiile în educație și sănătate, transferul de tehnologie, cercetarea-dezvoltarea și inovarea sunt factori complementari ai stabilității macroeconomice, într-o economie în tranziție, acestea pot reprezenta pilonii pentru realizarea unei creșteri economice durabile.*

#### Bibliografie:

1. Arrow K. *The Economic Implantations of Learning by Doing*. // Review of Economic Studies, 1962.
2. Banca Mondială. *Moldova: Oportunități pentru o creștere economică accelerată*. Memorandum economic de țară pentru Moldova. Raport nr. 32876-MD, Unitatea Reducerea Sărăciei și Gestionare Economică, Regiunea Europa și Asia Centrală, 9 septembrie, 2005.
3. Denison, E.F, *Accounting for Slower Economic Growth: The United States in the 1970s*, D.C. Brooking Institution, 1979.
4. *Dicționar de economie*. Editura Economică, București, 2001.
5. Frunză R. *Creșterea economică și capitalul uman*. București, 2007.
6. Ibbotson R., Brison G. *Investment Market*. Mc. Graw Hill, New York, 1987, p. 21-25.
7. Institutul de Politici Publice. *Reformarea sistemului educațional*. Colectiv de autori. Editura Arc, Chișinău, 2001. p. 74.
8. Lucas R. *On the Mechanics of Economic Development*. // Journal of Monetary Economics. July 1988, p.3-42
9. Plant M., Welch F. *Measuring the impact of education on productivity*. // E. Dean, Education and and economic productivity. Ballinger Publishing Company, Cambridge Massachusetts, 1989, p.163-193.



10. Ranis G. *Human Development and Economic Growth*. Economic Growth Center, Yale University, Center Discussion Paper no. 887, May 2004.
11. Republica Moldova: Raport Național de Dezvoltare Umană 2006. *Calitatea creșterii economice și impactul ei asupra dezvoltării umane*. Chișinău, 2006.
12. Schultz T.W. *Investment in Human Capital* // American Economic Review. 1961.
13. Suci M. C. *Investiția în educație*. Ed. Economică, București 2000, p.32-33.
14. Voicu B. *Capitalul uman: componente, niveluri, structuri*. // Capitalul uman și simbolic în dezvoltarea socială. Raport de cercetare pe anul 2005. Institutul de Cercetare a Calității Vieții. România, 150 p.

## CULTURA JURIDICĂ A FUNCȚIONARULUI PUBLIC ȘI IMPACTUL ASUPRA MEDIULUI DE AFACERI

**Comp. magistru Eugen ROȘCOVANU,**  
**președinte al Asociației Micului Business**

*The publication' procedure of legislative documents have to provide launching of „foolproof system“.*

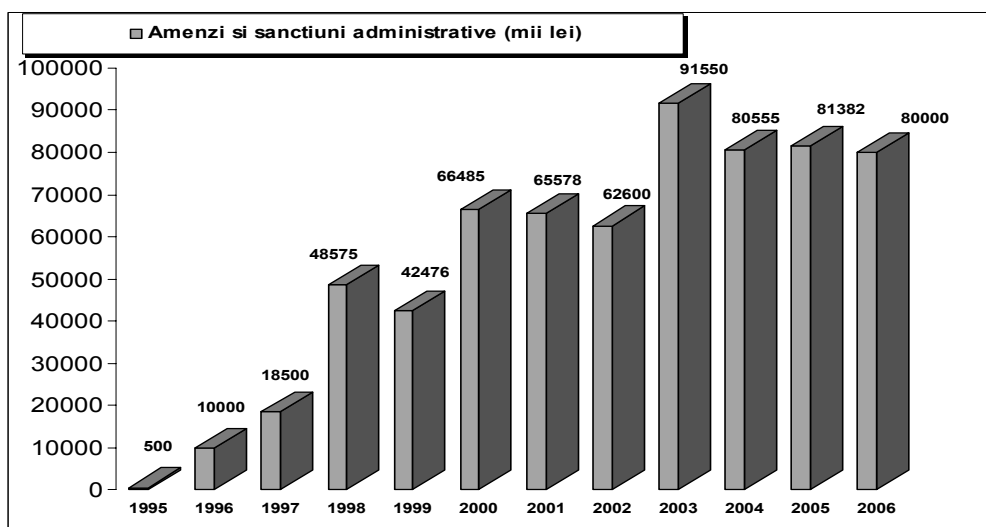
*In practical situations this stage of documents promotion has multitude disadvantages, which generate destructive effects as for economy, and for citizens.*

*This article presents the analysis of cases, which have become the results of some actions afterwards governmental institutions have turned out in situation of executor of incorrect documents. These facts prejudice the regulatory reform in the Republic of Moldova.*

Fenomenul economiei tenebre, al corupției în cadrul activității întreprinderilor mici și, în special, al microfirmelor din Republica Moldova, este un tip anume de „intoxicație” iminentă, generată de dezechilibrul și lacunele reformei regulatorii. Bineînțeles, majoritatea managerilor, întreprinzătorilor individuali repugnă această situație, fie că e vorba de agentul economic care este persoană fizică sau persoană juridică.

Cu cât taxele depășesc limitele profitului planificat de antreprenor, cu atât este mai mult posibil că acesta va găsi persoana responsabilă gata să „negocieze”. Bineînțeles, nu excludem pur și simplu lipsa

de informație și cunoștințe juridice, fenomen destul de răspândit atât printre unii funcționari, cât și printre oamenii de afaceri. Și de foarte multe ori este dificil să disimulăm una de alta. Există foarte puține garanții că în unele acte normative nu ar fi fost plasat „Calul lui Troian” al coruperii pasive sau active. În figura 1 este demonstrată creșterea mărimii amenzilor planificate ca venituri în bugetele de stat, începând cu 1995. Până în 2006, mărimea lor a crescut de 160 ori. Este evident că atare situație impune agenții economici să prefere în multe cazuri economia tenebră, iar în altele să tindă să se înțeleagă cu funcționarii mai „loiali”.



**Figura 1. Creșterea mărimii amenzilor planificate**



Modelul dat de comportament al oamenilor de afaceri din micul business *este constituit din mai multe motive:*

1. Lipsa de resurse financiare pentru a angaja un jurist calificat.
2. Consultanța juridică de calificare bună este inaccesibilă micului business din cauza costurilor care depășesc posibilitățile reale parvenite din profitul real al firmelor de această anvergură.
3. În societate nu este format încă un sistem de suport juridic accesibil pentru micul business subsidiat de instituțiile de stat.
4. Nihilismul juridic al agenților economici din micul business este impus de situația economică reală a acestora și ca protest intern față de avalanșa de legi, hotărâri de guvern și ordine publicate în Monitorul Oficial, neînțelese de ei ca mesaj, intenție și agresiune monopolistă.
5. Plafonul foarte înalt al amenzilor impune reprezentanții oficiali și oamenii de afaceri să găsească „soluția optimă”, în urma căreia resursele rămân în economia tenebră.

Cel mai recent și scandalos exemplu este publicat în Monitorul Oficial din 12 octombrie 2007. Conform ordinului vamei nr.361-O din 25.09.07, publicat în Monitorul Oficial nr.161-164, în art. 3 se cere certificatul de conformitate „... eliberat de organele competente” pentru mărfurile importate „second hand”. În document se face trimitere incorectă la Hotărârea de Guvern nr. 1469 din 30.12.2004. În această hotărâre la capitolul NOTE, în p.5 este menționat că „... *Prevederile prezentului Nomenclator nu se refera la produsele folosite și/sau recondiționate (second-hand)*...” Conflictul acesta s-a dezvoltat până la momentul când persoane importante de la Vamă au fost nevoite să-și ceară scuze în fața unei delegații de importatori indignați de fărădelegea comisă.

Fără să abordăm motivele apariției unui asemenea document, este firesc să încercăm a descifra deontologia, motivele, forța motrice, care a generat un atare „monstru”. A fost elaborat un document, care a pus în fața engroșiștilor de mărfuri „second hand” dilema prin care ei trebuiau să circule la infinit între instituția „competentă”, care nu este abilitată să elibereze certificate, și Vama care, de asemenea, nu permite importul din motiv că engroșiștii nu dispun de documentul respectiv. Atare document a apărut în toiul reformei regulatorii și așa-zisei *Ghilotina I* și *Ghilotina II*. Conform lor, au fost reglementate peste o mie de acte normative. Cu toate acestea, cele mai importante vizând activitatea antreprenorială au evitat cu succes „Ghilotina”, ca și ordinul în cauză.

Monitorul Oficial este ediția care prin publicare atestă intrarea în vigoare a actelor normative și legislative, a hotărârilor de guvern și poate deveni un instrument de generare a corupției. Publicarea în Moni-

torul Oficial a Legii 208 care, de asemenea, prin manipulări cunoscute doar de funcționarii publici experți în materie, a evitat cu succes Grupul național de lucru al Comisiei de stat pentru reglementarea activității de antreprenoriat. În 2006, au fost înregistrați 48 de mii 792 titulari de patentă de întreprinzător. Circa 88 la sută din ei practică micul comerț. Ei au plătit în total, în 2006, în bugetele locale 63 mln 8654 mii lei.

În prima jumătate a anului 2007, circa 40 milioane de lei nu au fost plătite în bugetele locale, deoarece conform legii 208 sunt interzise multe domenii de comerț în baza patentei de întreprinzător. În același timp, aceste milioane au devenit deja un stimulent al economiei tenebre. Problema locurilor de muncă asigurate cu un câștig decent rămâne actuală pentru circa 40 mii de mici comercianți. Patentarii s-au adresat la Curtea Constituțională, care nu le-a dat câștig de cauză. Și iată că același grup de inițiativă s-a adresat deja la CEDO.

Bineînțeles că toate aceste evenimente sunt rezultatul unui lobby activ al companiilor mari și al celor transnaționale. Lobby-ul lor a devenit o problemă pentru titularii patentei de întreprinzători și pentru IMM-uri în general. Mecanismele legale sunt fragile într-o societate cu economia în tranziție. Iar pentru micii antreprenori aceasta este o problemă majoră de supraviețuire. A dezechilibra un atare sistem social și antreprenorial este simplu, dar și periculos. Pe lângă factorii corupționali se cere a aminti valul de proteste, generate de legea 208 în piețele raionale, unde au avut loc peste 90 de mitinguri, lockouturi și acțiuni stihionice, iar în Chișinău – 5 mari mitinguri naționale de protest cu participarea a câte 5-10 mii de oameni la fiecare. Astfel conchidem că orice document publicat în Monitorul Oficial poate genera nu numai evenimente nefaste pentru economie, dar poate deveni și un factor de destabilizare socială.

Înșși indicatorii economici, care prezintă un tablou statistic al evoluției micului business, denotă grave probleme. Persistența acestora în microbusiness, în domeniul patentei de întreprinzător, influențează și asupra sectorului IMM-urilor pe întreaga economie a R. Moldova. Deși numărul întreprinderilor mici și mijlocii, în 2006, a devenit mai mare, constituind 98,3% din numărul total al întreprinderilor din țară, comparativ cu 98,1% în 2005, numărul de salariați în domeniu a scăzut la 323,6 mii, în 2006, comparativ cu 324,8 mii, în 2005. Este un trend negativ, care denotă și o agravare a mediului de afaceri. Sectorul întreprinderilor mici și al microîntreprinderilor este un sector social, care trebuie să genereze locuri de muncă. IMM-urile au fost și rămân principalele în crearea de locuri de muncă. În UE și SUA, ele aduc, anual, până la 75% de noi locuri de muncă. Bineînțeles că, situațional, economia tenebră este o barieră înaltă și uneori de netrecut în fața oamenilor care doresc stabilitate și mediu de afaceri sănătos.

**În concluzie**, propunem câteva din măsurile de prim rang, care ar putea schimba situația spre evoluția unui mediu de afaceri stimulatoriu pentru sectorul IMM-urilor:

- Reglementarea și armonizarea tuturor actelor normative ce vizează activitatea IMM-urilor.
- Crearea unei comisii parlamentare a IMM-urilor.
- Promovarea culturii juridice în instituțiile publice.
- Înlăturarea barierelor birocratice în domeniul IMM-urilor.
- Aducerea la cunoștința funcționarilor publici a importanței sociale a micului business: generator de locuri de muncă, pilon al stabilității sociale.

#### Bibliografie:

1. Ordinul Vamei nr.361-O din 25.09.07. Monitorul Oficial nr.161-164 din 12.10.07
2. Hotărârea de Guvern nr.1469 din 30.12.2004, Monitorul Oficial nr.14 din 07.01.2005
3. Hotărârea de Guvern nr.427 din 07.06.01, Monitorul Oficial nr.62 din 09.06.01
4. Small Business Administration (SBA) <http://www.sba.gov/>
5. UNDP Commission on the Private Sector and Development <http://www.undp.org/cpsd/indexF.html>
6. Разумнова И.И. Семейный и надомный бизнес: опыт США / И.И. Разумнова // США. Канада: Экономика. Политика. Культура. – 2001. – № 1.
7. Khatchadourian H. *Philosophy and the future, in a global context* // Metaphilosophy. – Oxford, 1992. – Vol. 23, N 1/2.

## PERFORMANȚELE FUNCȚIONĂRII COMPANIILOR DE ASIGURĂRI ÎN CONTEXTUL INTEGRĂRII ÎN COMUNITATEA EUROPEANĂ

*Conf. univ. dr. Victoria SÎRBU, ASEM*

*Market transformations to system of economic relations in Republic Moldova are connected and with a basic change of a role and a place of insurance in system of the organization of insurance protection of managing subjects and the population. One of the primary goals of the modern period of carrying out of economic reforms will consist in formation of the domestic high-grade insurance market.*

*Alongside with it for Republic Moldova special value is got with questions of the international system of insurance with a view of deep understanding of principles of commercial insurance within the framework of the European Union, creation of economic and legal conditions for the national insurance market allowing optimum to combine national interests with realities, standards of the global insurance market.*

Globalizarea ca proces a accelerat integrarea piețelor de asigurări a țărilor în curs de dezvoltare spre economia de piață din comunitatea europeană.

Perfecționarea relațiilor economice prevede și studierea schimbărilor ce au loc pe piața de asigurări ca un element activ al infrastructurii economiei de piață. În plus, trebuie constatat faptul că în economia de piață într-un anumit sens asigurările se pot examina ca o rezervă de menținere a producerii programate.

Relațiile de piață înaintează un grad vădit de internaționalizare a fluxurilor economiei interstatale, precum și intensificarea proceselor de cooperare internațională a companiilor de asigurare, care dictează necesitatea adaptării la relațiile noi a statelor pe plan mondial. În acest context, se evidențiază dinamismul economiei contemporane ce are la bază factori cantitativi, cum ar fi creșterea numărului de state suverane, membre ale comunității internaționale și multiplicarea respectivă a centrelor de decizie autonomă în economia mondială, a volumului tranzacțiilor comerciale. În ce privește factorii calității, acestea sunt amplificarea și diversificarea formelor de relații economice interstatale cu implicații complexe de ordin politic, juridic, tehnologico-organizatoric, consolidarea companiilor de asigurări în relațiile economice internaționale.

În Europa, piața unică a asigurărilor acoperă 19 țări care formează zona economică europeană și cele mai mari trei piețe de asigurări din Europa: Franța, Germania și Marea Britanie, care au o pondere de circa 70% din totalul asigurărilor. Asigurătorii din Uniunea Europeană, stabiliți în alte state-membre, aveau deja posibilitatea de a înființa reprezentanțe și agenții în Marea Britanie. Caracterul internațional al pieței Lloyd's a fost facilitat și încurajat de a doua și a treia Directivă a Uniunii Europene care dau posibilitatea asigurărilor din această organizație să se constituie și să funcționeze peste hotarele naționale, după obținerea licenței de la autoritatea din țara de proveniență.

Paralel cu cele expuse, piețele internaționale din alte țări, ce nu au ajuns la un nivel de maturitate privind asigurările, inclusiv asigurările și reasigurările internaționale, au contribuit la dezvoltarea și extinderea piețelor naționale. Pe piețele naționale de reasigurări se desfășoară un volum mai mic de afaceri de reasigurare și ele sunt foarte diferite de la o țară la alta în funcție de politica economică a guvernului respectiv, de reglementările în vigoare, de volumul și structura comerțului în zonă pe piața asigurărilor, precum și de volumul și tipurile de tranzacții.

Integrarea țărilor europene în sistemul economic, financiar-bancar este o etapă nouă în dezvoltarea potențialului uman, un proces în care distanțele geografice devin apropiate în consolidarea pieței europene de asigurări.

Pentru obținerea performanței este necesar să se cunoască factorii de obținere a acestora și să se acționeze asupra lor. Din rândul acestor factori pot fi amintiți cei care se referă la abordarea intelectuală într-o concepție sistemică, luarea în considerație a performanței piețelor de asigurări, îmbunătățirea relațiilor umane, perfecționarea managementului financiar și inovațional în raport cu noile evoluții ale acestora și mobilizarea oamenilor pentru realizarea schimbării în companiile de asigurări.

Dezvoltarea și activitatea companiilor de asigurare a apărut în Republica Moldova când orizontul strategic era absent, modul de gândire privind teoria economică de piață era depășit în societate, viziunea – îngustă în abordarea problemelor integrării economice pe plan mondial, o insuficiență a cunoașterii inovațiilor contemporane în domeniul asigurărilor.

Sub aspectul proceselor globalizării, crearea și dezvoltarea întreprinderilor multinaționale reprezintă rezultatul evolutiv al procesului de internaționalizare a activităților financiare și a pieței de asigurări din diverse țări.

Este necesar ca Republica Moldova să se alinieze legislației europene din domeniul asigurărilor și să

transpună în practică prevederile acesteia în spiritul a ceea ce înseamnă spațiul european unic, integrat, al asigurărilor.

În Uniunea Europeană s-au creat mecanismele de integrare a pieței prin dreptul de stabilire și funcționare a filialelor companiilor de asigurare în oricare dintre țările-membre și prin libertatea de a presta servicii de asigurare/reasigurare, inclusiv fără constituirea de filiale, în orice țară-membră a acesteia. Odată cu aceste libertăți, s-au simplificat și procedurile de autorizare și control al asigurărilor din spațiul european integrat, piața necesitând să fie liber concurențială și clientela să acceseze produsele de asigurare cele mai convenabile.

Compania de asigurări „GRAWE” din Austria dă dovadă de o activitate fructuoasă în mediul concurențial al altor companii de asigurări, având succes pe piața internațională. Această companie a însușit piețele vest-europene de asigurare din țările: Slovenia, Croația, Ungaria, Serbia, Ucraina, Bulgaria și România.

Pe parcursul anului 2006, după o analiză economică a pieței de asigurări din Republica Moldova, compania „GRAWE” a pătruns pe piața țării. Astfel, integrată pe piața autohtonă, a constituit un capital de circa 22 milioane de lei, ceea ce a contribuit la majorarea primelor de asigurări (împreună cu compararea integrată: „ASITO” SA a constituit o sumă 9,92 euro în comparație cu 4,92 euro în anul 2003 la un locuitor din Moldova). Concomitent, se cere de constatat că în Ungaria acest indice este de 154 euro, în Austria – 1558 euro, ceea ce vorbește că pe câmpul pieței de asigurări autohtone sunt mari rezerve neutilizate.

Piața asigurărilor din R.Moldova parcurge, înconștientabil, o perioadă de dezvoltare accelerată atât în sens cantitativ, al volumului pieței, cât și calitativ, al diversificării produselor de asigurare oferite. Densitatea asigurărilor, volumul anual al primelor de asigurare în medie pe locuitor, care constituie conform datele anului 2006 164 lei și gradul de penetrare a lor în PIB – 1,27%, exprimă încă un decalaj semnificativ față de țările dezvoltate.

În 2006, pe piața de asigurări a Republicii Moldova au activat 32 companii de asigurare, obținând active-total 841,3 mln lei, inclusiv active nete 296,4 mln lei, rezervele și fondurile de asigurare – 351,8 mln lei. În plus, capitalul statutar achitat a constituit 176,7 mln lei. O dezvoltare rapidă se observă pe piața serviciilor de asigurare: companiile de brokeri, agenții de asigurare și alte servicii suplimentare care formează infrastructura

pieței de asigurări, cum sunt auditul, consultanța, serverele etc.

Este semnificativ faptul că, în 2006, primele de asigurare au crescut cu 35% în comparație cu 2005, constituind 559 mln lei, plata despăgubirilor și a sumelor de asigurare fiind de 190,5 mln lei, ceea ce este cu 56,5% mai mult comparativ cu 2005. În structura primelor de asigurare o pondere însemnată revine asigurării facultative de bonuri – 179,4 mln lei sau 32,1% din totalul pe companiile de asigurări, apoi asigurarea facultativă de răspundere civilă – 156,7 mln lei, ceea ce constituie 28% și a treia poziție revine asigurării prin efectul legii – 143,8 mln lei ce se exprimă printr-o pondere de 25,7%.

Situația și problemele actuale ale pieței de asigurări au evidențiat unele probleme. Una dintre cele mai interesante probleme a fost și este cea referitoare la capitalul statutar achitat și marja de solvabilitate în contextul integrării în comunitatea europeană. În același timp, situația financiară a companiilor de asigurare are importanță esențială dintr-o triplă perspectivă: cea a companiei de asigurare înseși, la momentul în care i se stabilește nivelul de performanță prin rating și conform cerințelor expuse în legea despre asigurare privind consolidarea companiilor de asigurări prin mărirea capitalului statutar în următorii cinci ani până la 15 mln lei. Altă problemă este cea a asiguratului, care trebuie protejat garantându-i-se îndeplinirea de către compania de asigurare a obligațiilor asumate. A treia problemă este cea a autorității de supraveghere, care are obligația menținerii unei piețe solvabile a asigurărilor, în care managementul riscului este supravegheat în baza unor reglementări unitare și detaliate, adaptate specificului pieței din Uniunea Europeană.

Cercetările științifice efectuate prin folosirea metodei sistemice de abordare a fenomenelor economice ne-au permis să aprofundăm analiza economică, revenind la grupările economice ale companiilor de asigurare. Metoda grupării este un proces metodologic de prelucrare a datelor sistemice potrivit cărora, prin separarea unităților în grupe omogene și compararea datelor pentru aceleași caracteristici, distribuite în condiții variabile de timp și spațiu, se pot identifica și ierarhiza factorii care determină variația acestora. Folosirea metodei grupării financiare presupune rezolvarea următoarelor poziții: alegerea mărimii inventarului de grupare, stabilirea numărului de grupe, alegerea și utilizarea caracteristicilor de grupare. Drept indicator semnificativ în aceste grupări a fost utilizată mărirea capitalului statutar achitat.

Tabelul 1

**Performanțele activității companiilor de asigurări din Republica Moldova  
în perioada 2003-2006**

Grupurile	Gruparea companiilor de asigurări după mărimea capitalului statutar achitat	Anii	Nr. de companii pe grupe	Pondere grupelor după capitalul statutar, %	Revine în medie la o companie, mii lei				Profitul până la impozitare la o companie, mii lei
					Capitalul statutar achitat	Primele de asigurare	Plata despăgubirilor și sumelor de asigurări	Rezervele și fondurile de asigurare	
I.	<b>Până la 2,0 mln lei</b>	2003	36	18,2	585	3678	444	1507	60
		2006	7	7,0	1765	6179	2827	3663	754
II.	<b>2,1 – 3,0 mln lei</b>	2003	7	16,1	2669	5731	887	3177	840
		2006	12	16,4	2416	5047	1105	3184	604
III.	<b>3,1-10,0 mln lei</b>	2003	6	25,6	4569	8231	937	3071	1341
		2006	9	28,3	5558	18927	8074	8161	2693
IV.	<b>Mai mult de 10,1 mln lei</b>	2003	1	40,1	46515	77883	45155	32428	240
		2006	4	48,3	21341	71205	21307	53629	4499
	<b>Total</b>	2003	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>2318</b>	<b>5798</b>	<b>1461</b>	<b>2535</b>	<b>361</b>
		2006	<b>32</b>	<b>100</b>	<b>5521</b>	<b>17460</b>	<b>5967</b>	<b>10993</b>	<b>1711</b>

\*Calculat și modelat de autor în baza datelor Serviciului de Stat pentru Supravegherea de asigurări

Analiza datelor (tabelul 1) ne permite să evidențiem unele tendințe în structura capitalului statutar al companiilor de asigurări în anii 2003 și 2006. Astfel, din 50 de companii de asigurare în 2003, pe piața de asigurări în 2006 s-au stabilit doar 32. Cele mai semnificative schimbări se observă în grupa de până la 2,0 mln lei, unde din 36 de companii în 2003, în 2006 au activat numai 7. În schimb, are loc o consolidare a companiilor de asigurare după capitalul statutar achitat, de exemplu, în grupa II numărul companiilor de la 7, în anul 2003, s-a mărit cu 5 companii și a constituit 12. Tot în așa mod are loc creșterea și în grupa a III-a și a IV-a, unde companiile de asigurări sunt favorabile și aduc profit.

Performanțele pieței de asigurări a Republicii Moldova au contribuit la consolidarea companiilor de asigurare, acumulând active în prima jumătate a anului 2007 în sumă de 952 mln lei. Liderii pieței de asigurări după volumul primelor de asigurare sunt cinci companii: Moldasig, ASITO, Donaris-Group, Moldcargo și Carat, care au o pondere de 67% din volumul total al primelor de asigurare pe piață, constituind suma de 214 mln lei în prima jumătate a anului 2007.

*În baza cercetărilor științifice efectuate, se poate concluziona:*

- În sistemul pieței de asigurări a R.Moldova s-au constituit mai eficient, cu un profit considerabil, companiile de asigurare cu un capital statutar achitat de la 2 mln lei în sus, iar variația indicatorului optimal poate să ajungă până la 20 mln lei;
- Este necesară perfecționarea cadrului legislativ ce servește ca bază de aplicare a asigurărilor obligatorii, contribuind astfel la continuitatea acestor asigurări la toate persoanele asigurate, în contextul integrării în comunitatea europeană;
- Un rol important pentru obținerea performanței îl are asigurarea unui bun sistem de comunicare, a unei culturi intelectuale, formarea gândirii economice noi conform cerințelor standardelor europene. Iată de ce trebuie schimbată mentalitatea oamenilor față de toate genurile de asigurări, care, treptat, vor înțelege importanța unor investiții raționale și bine gestionate pe piața de asigurări națională.
- Creșterea competitivității și a responsabilității companiilor de asigurare conform cerințelor economiei de piață și standardelor europene pe baza cunoașterii profunde a relațiilor concurențiale dintre state.

#### Bibliografie:

1. Закон РМ. О страховании от 21.12.2006, „Monitorul Oficial al RM” nr.47-49 от 6.04. 2007.
2. Коваленко И. Страховой бизнес по сходной цене. ЭО №29 от 17 августа, 2007, с.6.
3. Sîrbu V. *Tendințele dezvoltării pieței de asigurări pe plan internațional și național în condițiile economiei concurențiale*. Editura Alma-Mater. Sibiu – 2004, p.208.
4. Чертан С. *Страховая компания «Sigur-Asigur»: продолжаем набор высоты*. ЭО №26 от 27-VII-07, с.4.

## OPORTUNITĂȚI ȘI CONSTRÂNGERI ALE UNIFICĂRII MONETARE EUROPENE

*Drd. Corina CIUMAC, ASEM*

*The arguments developed in this article are based on an economic cost-benefit analysis, or exactly the challenges and opportunities for adopting a common currency. The concepts imply that a monetary unification in Europe better suits the economic interests of the different individual countries if it can proceed at different speeds, or if some countries that today feel it is not in their national interest to do so, have the option to wait before joining the union. Nevertheless, even the countries that are net gainers from a monetary union take a risk by joining the union. The risk is that when large shocks occur, they will find it more difficult to adjust, having relinquished their national currency.*

Unificarea monetară vizează procesul de formare a unui spațiu monetar în care monedele mai multor țări sunt fie legate între ele în mod ireversibil sau fiecare monedă se leagă de o monedă "ancoră" pe baza unui anumit raport, fie monedele naționale sunt înlocuite cu o singură monedă, care va fi folosită în întreaga zonă.

Ideea unificării sau integrării monetare s-a bazat pe conceptul teoretic al zonelor monetare optime, dezvoltat de autorii Mundell (1961) și Mckinnon (1963). Potrivit acestei teorii, acele țări care întrunesc un număr de caracteristici bine definite au interesul de a alege între cursuri de schimb fixe și o monedă unică. În cazul în care se pledează pentru o politică monetară și de curs comune, țările respective renunță la folosirea instrumentelor de politică monetară proprii, în special la instrumentul de curs valutar.

Trebuie menționat că anumite costuri decurg din schimbarea monedei naționale în favoarea monedei unice, așa cum aceasta presupune pierderea controlului și a puterii de decizie asupra aplicării instrumentelor monetare adecvate, în special în cazul șocurilor externe. Aceste șocuri se pot referi la creșterea bruscă a prețului energiei sau materiilor prime importate; sporirea bruscă a prețurilor pe piața internă, scăderea competitivității externe, recesiune, șomaj, dezechilibru extern ș.a.

Riscurile generate de introducerea în circulație într-o anumită țară a monedei unice europene sunt puține la număr, dar au impact direct asupra vieții cotidiene și a sistemului financiar. Spre exemplu, un risc ar fi dimensionarea adecvată pe termen scurt a lichidităților în moneda respectivă la nivelul sistemului bancar, având în vedere o cerere de numerar în moneda unică.

Dacă țara respectivă promovează o politică monetară independentă, poate apela la instrumentul de curs valutar. Deprecierea monedei, prin efectul stimulator asupra exporturilor, ar putea eventual absorbi parțial șomajul, în timp ce aprecierea ar putea tempera importurile. Dispariția instrumentu-

lui de curs valutar obligă țara respectivă să recurgă la alte politici macroeconomice, pentru a menține competitivitatea, a restabili echilibrul extern și a păstra locurile de muncă sau a absorbi excedentul de forță de muncă.

Pe de altă parte, acoperirea riscului valutar, mai ales în cazul unei mari instabilități a cursurilor, presupune operațiuni speciale de acoperire: hedging, gestionarea structurii deținerilor în deize prin operațiuni de swap etc. Costul acestor tranzacții sunt ridicate, mai ales în cazul statelor mici, deschise, ale căror monede sunt puțin sau deloc utilizate. Asemenea monede înregistrează și diferențe mari (spread) între cursul de vânzare și cel de cumpărare, anume datorită utilizării lor puțin frecvente.

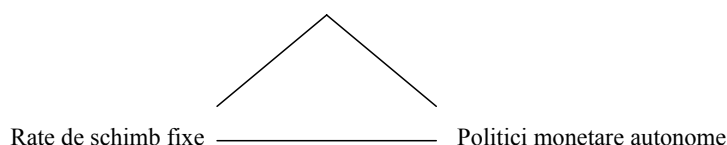
În acest context, eliminarea riscului valutar poate stimula activitatea economică, inclusiv investițiile, favorizând astfel procesul de alocare a resurselor, de creare a locurilor de muncă și de creștere economică. În aceeași direcție acționează și avantajul exprimării prețurilor în aceeași monedă, ceea ce le face ușor comparabile pentru aceleași bunuri pe diverse piețe. Mai mult, menținerea stabilității și a fixității cursurilor cere apropierea nivelului indicatorilor macro-economiști și creșterea gradului de integrare.

În această ordine de idei, considerăm că pentru a compensa costurile șocurilor la care poate fi supusă o anumită țară în urma renunțării la instrumentul de curs valutar, trebuie mizat pe intensificarea comerțului reciproc și mobilitatea factorilor de producție – a forței de muncă și a capitalului. Aceste condiții, la rândul lor, pot fi întrunite numai prin existența unor obiective comune în domeniul politicilor macroeconomice ce țin de ocuparea forței de muncă, inflație, echilibrul extern.

Conform principiului triunghiului compatibilității, studiat de R. Mundell, o regiune economică a mai multor țări nu poate fi caracterizată în același timp de o mobilitate perfectă a capitalurilor, un regim de rate de schimb fixe și politici monetare naționale autonome.



### Mobilitatea perfectă a capitalului



**Figura 1. Triunghiul compatibilității**

Figura marchează principiul conform căruia, în cazul în care statele independente vor să beneficieze de două dintre cele trei caracteristici ale triunghiului, trebuie să renunțe la a treia. De exemplu, un spațiu cu o perfectă mobilitate a capitalului (cum este cazul UE) și un regim cu rate de schimb fixe nu poate fi caracterizat simultan de o politică monetară autonomă. Pentru a răspunde efectelor produse de mobilitatea perfectă a capitalului, țările trebuie să coordoneze politicile lor monetare sau să aplice o singură politică monetară.

Există și un alt șir de argumente care cer și favorizează formarea uniunii monetare pentru statele membre ale Uniunii Europene. Conform datelor publicate în Eurostat, țările UE se caracterizează printr-o creștere a ponderii schimburilor reciproce în PIB, ceea ce înseamnă că o strânsă cooperare în domeniul tuturor măsurilor care afectează comerțul reciproc devine obligatorie, dacă se dorește realizarea anumitor obiective comune.

Un alt aspect în favorizarea formării uniunii monetare este determinat de existența pieței unice comunitare, în care funcționează cele patru libertăți de mișcare, de avantajele cărora se poate beneficia numai evitând costurile utilizării unor monede diferite. Înlăturarea tuturor barierelor comerciale, inclusiv a controlului la frontierele vamale, înseamnă imposibilitatea oricărei protecții la frontiere, fapt care, în absența uniunii monetare, permite țărilor să practice devalorizări în scop competitiv („beggar – thy – neighbor”).

Analizând criteriile de participare la o zonă monetară optimă, putem observa care sunt oportunitățile oferite de acestea. Astfel, dacă salariile nominale

și prețurile sunt flexibile în interiorul țărilor care folosesc o monedă unică, manifestarea unui șoc nu va genera șomaj și/sau inflație persistente. Aceasta va reduce necesitatea practicării unor rate de schimb flexibile. De asemenea, remarcăm că integrarea piețelor financiare permite realizarea împrumuturilor de capital din zonele cu surplus către cele cu deficit. Cu cât gradul de deschidere este mai ridicat, cu atât modificarea prețurilor internaționale la bunurile tranzacționabile se transmite mai rapid în costul vieții. Astfel, rata nominală de schimb se va dovedi un instrument mai puțin util de realizare a ajustărilor.

Dacă e să ne referim la sporirea forței competitive a Uniunii Europene în context global, utilizarea unei singure monede contribuie la amplificarea schimburilor comerciale și financiare nu numai în interiorul zonei, ci și în relațiile cu restul lumii. În acest mod, apare efectul multiplicator al “economii datorate dimensiunii activității economice” – un factor esențial în competiția cu marile corporații americane și japoneze.

Toate aceste avantaje arată că un curs stabil este superior unuia flotant, fiindcă decurge din condiții economice care generează stabilitate. Importante beneficii ale uniunii monetare pot să existe la nivel macroeconomic: o mai mare stabilitate a prețurilor și o sporire a credibilității autorităților monetare – condiție esențială a bunei funcționări a politicii monetare. Faptul că Banca Centrală a Uniunii Monetare este independentă, este de natură a mări această credibilitate. De asemenea, piața financiară liberalizată, așa cum aceasta există în cadrul unei uniuni monetare, va contribui la o mai bună alocare a resurselor în toate domeniile de activitate.

#### Bibliografie:

1. Liviu C. Andrei, *EURO*, București, Ed. Economică, 2003.
2. Păun D., *Spațiul monetar european*, București, Editura Expert, 2004.
3. Toma, Ramona, *Euro, moneda unică: între național și internațional*, Sibiu, Editura Continent, 2004.
4. European Central Bank, *The changeover to the Single Currency*, 2004.
5. Eichengreen, Barry, *European Monetary Unification: Theory, Practice and analysis*, The MIT Press, Cambridge, 1997.
6. Paul de Grawe, *Economics of Monetary Union*, New York, 2003.
7. Robert A. Mundell, *International Economics*, New York: Macmillan, 1968.

## RISCURILE INSTRUMENTELOR FINANCIARE DERIVATE – CAZUL NICHOLAS LEESON

*Conf. univ. dr. Elena DOBRE,  
Universitatea Ovidius, Constanța, România*

*Barings PLC was a venerable 233-year-old British investment bank. It had helped Britain reopen trade with the United States after the Revolutionary War. In 1803, it helped the United States double in size by financing the purchase of the Louisiana Territory from France. Despite a long and distinguishes history, early in 1995 it took a single 28-year-old trader just a month of undetected trading to create a \$ 1 billion loss, which caused the company's demise. Nicholas Leeson had been an arbitrage trader at Barings Securities. He was trading futures contracts in Singapore and Japan. He simultaneously, bought in one market and sold the same contract in the other to exploit price differences. Profits were small but so were the risks. One day in late January 1995, Leeson decided that options said "plain vanilla" arbitrage was too tame. So he changed tactics. He stopped matching buy and sell orders. He became a buyer who thought he knew which way Japanese stock prices and interest rates were headed. Without authorization, he bet big. By the time Leeson's betting was finally discovered, he had bought stock futures contracts representing \$7 billion worth of Japanese share, and interest rate futures contracts representing \$ 22 billion Japanese government bonds. Unfortunately, Leeson didn't know as much as he thought he did. He racked up about a \$1 billion loss. The regulators found there had been a "failure of control".*

*Keywords: futures contracts, options contracts, arbitrage, loss, failure of control*

### Introducere

De unul singur, Nicholas Leeson a redus valoarea băncii de afaceri Baring Brothers de la 500 milioane la 1,60 dolari. Leeson a negociat contracte futures pe Nikkei 225 și pe obligațiuni de stat japoneze fără autorizare, fără ca direcțiunea Baring, Singapore International Monetary Exchange (SIMEX), Bursa din Osaka (Osaka Stock Exchange) și alte instituții de control britanice și din Singapore să detecteze semnele premergătoare ale unei catastrofe financiare. Falimentul Baring este un caz de studiu asupra necesității de a urmări și de a încadra riscurile și responsabilitățile asociate negocierii produselor derivate.

### Istoria „Baring Brothers”

Această bancă datează de la sfârșitul secolului al XVIII-lea și se specializase încă de la începuturi în negocierea obligațiunilor, a depozitelor și a produselor de bază și de materii prime. A fost la apogeul notorietății sale în cursul secolului următor prin finanțarea cumpărării statului Louisiana de către Statele Unite de la Franța, plata reparațiilor (despăgubirilor) franceze puterilor aliate contra lui Napoleon, plasamente financiare pentru calea ferată din Canada și alte numeroase proiecte. A fost aproape de faliment în preajma anului 1890 cu ocazia plasării unei emisiuni de acțiuni în valoare de 2 milioane de lire sterline pentru servicii de alimentare cu apă din Buenos Aires, dar a fost salvată „in extremis” de către Banca Angliei, care a garantat reabilitarea. Atunci numele ei s-a schimbat în Baring Brothers & Co. Banca a rămas o afacere privată de talie rezonabilă și s-a clasat pe locul 474 printre băncile din lume în 1995.

Baring s-a lansat în negocierile de titluri în 1984, achiziționând portofoliul asiatic al unui intermediar

(agent, comisionar) britanic și a dat o nouă entitate numelui de Baring Securities Ltd. (BSL). Responsabilul său, Christopher Heath, specialist în titluri japoneze, a reușit să păstreze autonomia băncii până în 1993. Acești opt ani au fost atât de prosperi, încât toți salariații de la Baring se obișnuiseră să li se dea prime substanțiale. În 1989, BSL a raportat 50 milioane de lire sterline beneficii față de un total de 65 milioane de lire pentru tot grupul Baring. Dar pierderile BSL în 1992 au antrenat demisia lui Heath în martie 1993.

### Nicholas Leeson

Provenit dintr-o familie modestă dintr-un cartier mărginaș londonez, având ca bagaj doar o diplomă de studii secundare, Nick Leeson își începe cu noroc cariera sa bancară, la Coutts & Co., apoi la Morgan Stanley și, în sfârșit, la BSL la Londra, unde intră în 1989, la 22 de ani. Leeson este lucrător hotărât, ambițios, rapid în însușirea de cunoștințe și având experiența contractelor futures și de opțiuni cu Japonia. Promovarea sa este deci logică. El este repede plasat într-o echipă de patru persoane trimise la Jakarta pentru a rezolva dificultățile de „back-office” ale unei filiale locale BSL. În 1992, la 25 de ani, este ales pentru a conduce una din noile filiale ale acesteia, Baring Futures Singapore, specializată în contracte futures și opțiuni. Responsabilitățile sale exacte sunt puțin neclare, dar ele implică contabilitatea și controlul *back-office-ului* și execuția ordinelor emise de clienți. Acesta este momentul în care tranzacțiile neautorizate ale lui Leeson își au începutul. Din propria inițiativă, trece cu succes examenul Singapore International Monetary Exchange pentru a fi înregistrat ca membru asociat al acesteia. Atestarea aceasta nu-i este necesară pentru funcțiile sale, ci are nevoie pentru ca el să

decidă în privința ordinelor de bursă. De fapt, funcțiile sale implică doar primirea ordinelor de la clienți și transmiterea lor către intermediar.

În 1992, Leeson deschide un cont de erori numărul 88888 (tradiția chineză spune că cifra 8 este purtătoare de noroc) în care disimulează (mai bine zis ascunde) tranzacțiile neautorizate, potrivit anchetatorilor de la SIMEX. Exista deja un cont de erori cu numărul 99002 cunoscut de BSL, iar noul cont 88888 nu apărea, deci, în rapoartele transmise de la Singapore la Londra. Acesta nu este cunoscut de SIMEX decât ca un cont de client, nu ca fiind unul de erori al BSL. De câte ori este necesar, Leeson trebuie să prezinte conținutul său 88888 în mod diferit la SIMEX (nu putea să-l ascundă) și superiorilor săi de la BSL (nu putea explica volumul tranzacțiilor și soldurile).

### Produsele derivate

Aceste instrumente financiare de tipul contractelor **futures** și **options** s-au dezvoltat începând cu anul 1970 și companiile se servesc de ele din ce în ce mai mult ca să-și administreze riscurile. Definiția în accepția contabilă\* este aceea că un instrument financiar este un contract care generează simultan un activ financiar pentru o entitate și o datorie financiară pentru altă entitate (ex. acțiuni, obligațiuni, titluri de stat etc.). Un instrument financiar derivat este un instrument financiar sau un alt contract pentru care:

- valoarea se modifică drept răspuns la schimbările unei rate specificate a dobânzii, ale cursului de schimb valutar, prețului unor mărfuri, ale unui titlu sau ale unei clasificări de credit etc.;
- nu necesită nici o investiție netă inițială sau necesită o investiție netă inițială de valoare mică și
- se decontează la o dată stabilită în viitor (*forward*).

Piața de capital a consacrat termenul de produse bursiere derivate pentru aceste instrumente financiare. Astfel, când se cumpără un produs derivat, doar o parte subiacentă este risc, în timp ce se poate beneficia de o variație a prețurilor. Produsele derivate oferă, de asemenea, posibilitatea unui câștig considerabil, ceea ce duce la folosirea de ele ca instrument speculativ. Dar ele pot să provoace și pierderi înspăimântătoare, în funcție de pozițiile adoptate.

Nick Leeson negociază contracte futures și opțiuni pe Nikkei 225, un indice al acțiunilor japoneze. El a avut poziții pe termen lung la contractele futures pe Nikkei 225, pe termen scurt la obligațiuni de stat japoneze și pe termen scurt *puts* și *calls* la Nikkei. Pariază pe creșterea acesteia. Se înșală și pierde 1,39 miliarde de dolari în ianuarie și februarie 1995. Pentru a pierde atât, se estimează că a trebuit să dețină numai el aproximativ un sfert din contractele necompensate (open interest) de la bursele din Osaka și Singapore. Aceasta este cu atât

\* IAS 39 Instrumente financiare: recunoaștere și evaluare, paragraful 3.1 și 3.2

mai mult indetectabil, cu cât el controlează în același timp „front-office” și „back-office” de la BSL.

Cum proceda? Leeson echilibra pierderile pe care le făcea cu plasamentele pe termen lung pe Nikkei vânzând opțiunile. Aceasta însemna că de fiecare dată când cumpăra contracte futures, trebuia să plătească numerar 15% din valoarea contractului SIMEX-ului, și când pierderile contractuale continuau, el trebuia să facă alte plăți pentru ca futures-urile sunt reevaluate zilnic la cursul cotei de piață (*marked to market*). Dar când vindea opțiunile, el primea bani lichizi sub formă de prime. Aceste prime aveau două obiective:

1. Ele ascundeau pierderile la nivel de contracte futures care ar fi putut apărea în documentele financiare ale BFS.
2. Ele acopereau marja dintre cumpărarea și vânzarea contractelor futures.

În această perioadă, reglementarea de piață japoneză în legătură cu futures-urile făceau lucrul posibil. În Japonia marja era evidențiată net pentru clienți. Dacă numeroși clienți sunt pe termen scurt în futures-uri pe indice, banca poate să ia poziții pe termen lung fără să evidențieze marjele de plătit. În plus, evaluarea zilnică nu se făcea decât într-un sens, deoarece, în timp ce cei care pierd trebuie să acopere pierderile la sfârșitul zilei, cei care câștigă nu pot să-și încaseze câștigul. Aceasta permitea să compenseze pierderile BFS cu câștigurile clienților. De asemenea, din punct de vedere regulamentar, intermediarii nu erau obligați să separe fluxurile clienților lor de propriile lor fluxuri. Nu se puteau, deci, distinge pozițiile clienților de cele ale băncii.

Nikkei 225 era în apogeu la sfârșitul anilor 80, atingând aproape 40000 în 1989. Spre jumătatea anului 1994, Leeson considera că Nikkei, scăzând la jumătate față de vârful atins și că, pe lângă aceasta, ratele dobânzii erau mici, indicele s-ar relansa bine pe termen scurt. Presupunea că acesta n-ar cădea sub 19000 și a început să parieze peste el cu bani de la Baring. Dar întrucât el risca să fie demascat în cazul în care ratele dobânzii ar fi crescut, el „s-a acoperit” luând obligațiuni de stat japoneze pe termen scurt.

Tot acest „montaj” se sprijinea pe sentimentul că lucrurile s-ar volatiliza repede. De fapt, el deja negociase astfel de contracte pentru momentul căderii, încât fabricase însuși această volatilizare. N. Leeson trebuia să vândă un număr crescând de opțiuni ca să-i aducă primele de care avea nevoie. Când a devenit dificil să acopere cererile de marjă pe futures cu primele încasate, el a cerut fonduri de la Londra. Pe 23 februarie 1995, BSL, care nu s-a informat deloc, având impresia că o parte a fondurilor reprezentau împrumuturi ale clienților, așa cum aceasta fusese indicat în bilanțul BFS, deja trimisese 600 milioane de dolari.

### Pierderile

Leeson a început să negocieze futures în iulie 1992 și într-o lună deja cumpăraseră și vânduseră 2051 futures pe Nikkei, înregistrând pierderi imediate de

aproximativ 64000 dolari. Dar la sfârșitul anului, pierderile sale din contul 88888 depășeau 3,2 milioane de dolari. Lucrurile s-au întors puțin în favoarea sa la mijlocul anului 1993, când pierderile nu mai atingeau decât 40000 de dolari. Din nefericire, Leeson s-a încăpățânat și a perseverat, sperând că rezultatele tranzacțiilor sale vor deveni pozitive. La sfârșitul anului 1993, pierderile reprezentau în jur de 30 milioane de dolari. În acest moment, el și-a vândut opțiunile cu 35 milioane de dolari pentru a compensa pierderile contractelor futures și a îndepărta suspiciunile sediului din Londra și a comisarilor de conturi. În tot acest timp, raporta profituri considerabile și trecea drept un superstar.

La sfârșitul anului 1994, Nikkei se stabilizase sub 20000 și pierderile lui Leeson se apropiau de 330 milioane de dolari. Cu toate acestea, conducerea Baring se aștepta la profituri de 20 milioane de dolari pentru 1994. La începutul anului 1995, activitățile lui Leeson erau cele ale unui speculator normal. Pe 13 ianuarie 1995, Nikkei era de 19331 și Baring avea 3024 de contracte futures pe termen lung la acesta. Dar pe 17 ianuarie 1995, un cutremur de magnitudine 7,2 a devastat orasul japonez Kobe. Indicele a scăzut sub 18840 pe 20 ianuarie, dată la care Leeson a dublat numărul contractelor sale ridicându-le la 7135. Această tendință a continuat, Nikkei coborând la 18000 la 23 februarie 1995 și poziția globală a lui Leeson a atins atunci 55399 de contracte futures fără acoperire. Situația s-a agravat în plus cu ratele dobânzii care nu au crescut cum anticipase Leeson, în așa fel încât pierdea în același timp și cu obligațiunile de stat japoneze.

Vineri, 25 februarie 1995, Baring și lumea întregă aflau că Leeson înregistrase pierderi atingând 1,1 miliarde de dolari, reprezentând mai mult decât dublul capitalurilor proprii ale băncii care era, deci, virtual în faliment. La deschiderea piețelor de la Singapore și Osaka, Baring a fost declarată în incapacitate de plată. În weekend, Banca Angliei a făcut eforturi să formeze un consorțiu pentru a susține Baring. Banca Barclays a preluat conducerea și a atras în jur de 900 milioane de dolari pentru o durată de trei luni. Din nefericire pentru Baring, nici o altă instituție nu a vrut să-și asume pierderi suplimentare nedeclarate încă și efortul de salvare a eșuat. Se știa, într-adevar, luni, 27 februarie 1995, că ar mai fi fost un supliment de 370 milioane de dolari, ridicând totalul pierderilor la 1,39 miliarde de dolari. Banca Baring era în faliment.

#### **Elementele-cheie ale fraudei lui Nick Leeson la Baring Brothers & Co**

**1989** – Nick Leeson este angajat ca funcționar pentru a lichida conturi.

**1992** – Leeson este transferat la Singapore, unde este responsabil de suport (back-office) al Baring Futures Singapore (BFS).

**Iunie 1992** – Leeson își obține licența pentru a negocia în numele BFS la Singapore International

Monetary Exchange (SIMEX). El nu este autorizat de către Baring să negocieze mai mult decât ordinele pe care le primește de la clienți.

**Iulie 1992** – Leeson deschide contul numărul 88888, pentru a efectua tranzacții interzise.

**Octombrie 1992** – Pierderile din contul 88888 ating 4,5 milioane de lire.

**Iunie 1993** – Pierderile nu atingeau acum mai mult de 34000 de lire.

**Octombrie 1993** – Leeson obține de la Baring în numele său libertatea de a negocia oportunitatea și prețurile tranzacțiilor. Pierderile atingeau acum 24,39 milioane de lire.

**1993** – Baring Brothers & Co este una din primele bănci care și-a unit activitățile bancare cu cele de intermediere pentru a se conforma cu noile reglementări.

**Martie 1994** – Credit Suisse First Boston pierde 40 milioane de dolari în rambursarea către un client, urmare a unor tranzacții neautorizate în contul acestui client, care antrenaseră pierderi.

**Aprilie 1994** – Kidder Peabody descoperă că angajatul său Joseph Jert este urmărit pentru 350 milioane de dolari din profituri fictive. Procter & Gamble (P&G) intră în clubul perdantilor pe tranzacții de produse derivate cu 157 milioane de dolari pierderi din tranzacții cu dobânzi. Bankers Trust se regăsește în „inima” controverselor. P&G refuză să plătească, invocând un abuz de încredere al Bankers Trust.

**August 1994** – Un audit intern al BFS critică absența controlului asupra activităților de back-office și front-office ale lui Leeson și exprimă îndoieli în legătură cu utilizarea fondurilor primite de la Londra.

**Octombrie 1994** – Eastman Kodak pierde 220 milioane de dolari pe schimburi și opțiuni.

**Decembrie 1994** – Orange County pierde 1,7 miliarde de dolari și dă faliment din cauza tranzacțiilor pe instrumente de rată variabilă inversată. Merrill Lynch este urmărită și trebuie să plătească aproximativ 480 milioane de dolari către Orange County, precum și penalități la SEC.

**31 Decembrie 1994** – Pierderile din contul 88888 depășesc 208 milioane de dolari. Conducerea Baring se aștepta la un profit de la 20 la 36 milioane de dolari din partea BFS.

**11 Ianuarie 1995** – SIMEX trimite o scrisoare la BFS spunând că din marja contului 88888 lipsește suma de 100 milioane de dolari. Scrisoarea este remisă lui Leeson pentru ca acesta să răspundă la ea.

**13 Ianuarie 1995** – Nikkei este la 19331 și Baring deține 3024 contracte futures.

**17 Ianuarie 1995** – Kobe, oraș japonez, suferă un cutremur catastrofal. Pierderile sunt estimate la mai mult de 100 miliarde de dolari. Nikkei scade, ceea ce afectează valoarea plasamentelor Baring la contractele futures.

**20 Ianuarie 1995** – Leeson dublează plasamentele la 7135 de contracte pe Nikkei, sperând o revenire a șansei.

**25 Ianuarie 1995** – Nikkei scade sub 18000. Leeson dublează încă o dată plasamentele la aproximativ 17000 de contracte la 27 ianuarie.

**23 februarie 1995** – Pierderi de aproximativ 1,1 miliarde de dolari, ceea ce ar fi dublul capitalurilor proprii ale băncii Baring. Leeson părăsește Singapore cu două zile înaintea aniversării celor 28 de ani. El este arestat puțin mai târziu în Germania.

**Decembrie 1995** – Un tribunal din Singapore îl judecă și-l condamnă pe Leeson la șase ani și jumătate de închisoare pentru fraudă. Este eliberat în 1999 pentru bună conduită și se angajează într-un circuit de conferințe și de editări de cărți biografice. Banca Baring înapătează cadrele care au fost implicate în afacerea Leeson. Biroul din Singapore este închis și este cumpărat mai târziu cu 1 dolar simbolic de către un grup financiar olandez. Ea face parte acum din Ing Group sub numele de Baring Asset Management, urmându-și astfel activitatea în gestionarea patrimoniului. Se prezintă la 30 octombrie 2003 ca administrator

al unui portofoliu de 23 miliarde de euro în acțiuni și obligațiuni internaționale.

#### Concluzii

Pierderea controlului de către oficialii Barings a fost o mare surpriză pentru managerii de risc de pe Wall Street. Considerat a fi un campion al tranzacțiilor bursiere, Leeson a fost lăsat nesupravegheat de controlul intern. Lui nu i-au fost fixate prețuri-limită sau limite valorice ale pozițiilor de tranzacționare. Pe de altă parte, Leeson a fost în același timp și *trader*, și responsabilul *back-office*-ului. Astfel a fost propriul său controlor. Această poziție recunoscută unanim în practica bursieră, și nu numai, ca fiind incompatibilă, i-a permis falsificarea rapoartelor către Barings și împiedicarea procesului de monitorizare. Concluzia finală este că, deși riscante, produsele derivate pot fi tranzacționate în siguranță prin instituirea unui sistem de control eficace și eficient, în care autocontrolul sau monitorizarea propriei activități trebuie eliminate.

#### Bibliografie:

1. Douglas R. Emery, John D. Finnerty, John Stowe, *Principles of Financial Management*, Prentice Hall, USA, 1998
2. Zvi Bodie, Robert C. Merton, *Finance*, Prentice Hall, USA, 2001
3. A. Keown, W. Petty, D. Scott, J. Martin, *FOUNDATIONS OF FINANCE The logic and practice of financial management*, Prentice Hall, USA, 1999
4. Stephen J. Brown, Onno W. Steenbeek, *Doubling: Nick Leeson's trading strategy*, Fothcoming, Pacific-Basin Finance Journal 2001
5. Paul Wilmott, *DERIVATIVE Inginerie financiară Teorie și practică*, Editura Economică București, 2002
6. Dicționar Internațional de Finanțe englez-român, Editura UNIVERSAL DALSI, 2000
7. Dicționar Internațional de Contabilitate englez-român, Editura UNIVERSAL DALSI, 2000
8. [www.nickleeson.com/biography/index/html](http://www.nickleeson.com/biography/index/html)

## FACTORII GENERATORI AI RISCULUI INVESTIȚIONAL

*Lector sup. drd. Aurelia MARIANCIUC, ASEM*

*Any financial operation (transaction) is called risky if its efficiency is unclear, that is it is not known at the moment the transaction is made. Risk is the possibility of sustaining damage, injury, or loss. Investor has sought the factors that generated the appearance of investment risk. These factors can be economic, social, political and lawful ones.*

Astăzi, în toate țările, chiar și în cele mai puțin dezvoltate, societățile comerciale își desfășoară activitatea într-un mediu concurențial extrem de complex și de „volatil”. Reacțiile lor vor avea un caracter adaptiv și vor putea supraviețui și eventual vor obține profitul indispensabil recompensării acționarilor, dacă ajung să cunoască acest mediu, să-l domine sau cel puțin să-l folosească.

Un interes primordial pentru firme îl au informațiile privind regulile și practicile competiției pe segmentul de piață pe care lucrează sau la care aspiră, cele în legătură cu concurenții, cum ar fi slăbiciunile sau suportul forței lor, ca și cele care privesc raportul

dintre cererea și oferta de pe acea piață. Or, față de acest mediu dinamic, firmele trebuie să reacționeze prin orientarea proceselor care au loc în interiorul lor, prin dimensionarea și selectarea informațiilor privind furnizorii și clienții lor, prin alegerea produselor sau a serviciilor și a strategiei de marketing etc. Dar nici un agent economic nu va putea exersa un comportament adaptiv adecvat, oricât ar fi el de indispensabil. Schimbările în mediul de afaceri sunt aproape cotidiene și nicidecum implicabile, dacă în prealabil nu s-a desfășurat un comportament explorativ. Pentru a face acest lucru, este nevoie de informații corecte, complete și oferite la timp. Obținerea unor astfel de



informații nu poate fi decât rezultatul unei strategii anume concepute în acest scop.

Însă ar trebui examinați factorii care generează apariția riscului investițional. **Ei pot fi grupați în patru mari compartimente:**

**1. Factorii de natură economică**, care pot fi divizați în factori economici la macronivel și micronivel. Factorii riscului investițional la macronivel pot fi interni și externi. Categoria de factori economici interni are în vedere relațiile sau fluxurile economice interne și poate fi detaliată pe cinci grupe de factori de risc:

a) *Factorii generați de starea economiei naționale.*

Această grupă de factori de risc vizează dimensiunea economiei naționale, precum și creșterea economică înregistrată de aceasta pe o perioadă de timp determinată (3-5 ani). Absența creșterii economice afectează existența fondurilor disponibile pentru investiții, deteriorarea condițiilor economice având un impact direct asupra ratei economisirilor interne.

b) *Factorii sectoriali.* Gradul de dezvoltare a unei țări, precum și potențialul său de creștere se reflectă și în structura economiei naționale.

c) *Factorii generați de dimensiunea pieței.* Analiza dimensiunii unei piețe are în vedere următoarele aspecte: cererea globală, nivelul concurenței, evoluția prețurilor și existența barierelor de intrare-ieșire de pe piață. Într-o economie de piață, raportul cerere-ofertă determină nivelul general al prețurilor. Una dintre condițiile de bază ca o investiție să se mențină probabilă este stabilitatea prețurilor de piață.

d) *Situația financiară internă a țării.* Stabilitatea monedei naționale nu depinde numai de evoluția prețurilor pe piața internă, ci și de starea sistemului financiar-bancar. Existența unei piețe financiare dezvoltate oferă investitorilor mai multe posibilități: de pătrundere pe piață, alternative variate de finanțare, precum și diverse modalități de protejare împotriva unor riscuri economice sau politice. Calitatea și siguranța sectorului bancar influențează volumul economiilor atrase și implicit volumul creditelor acordate agenților economici. Sistemul bancar, pe lângă finanțarea prin contul curent, este și cel care intermediază derularea operațiunilor de încasări și plăți cu clienții și furnizorii, calitatea serviciilor bancare având astfel influență directă asupra bunului mers al activității economice derulate pe piață. Investitorul este interesat de evoluția prețului capitalului, reflectată în evoluția ratei dobânzii pe piață. Cu cât pe piață acționează un număr mai mare de produse financiar-bancare, cu atât riscurile de natură financiară sunt mai mici.

e) *Factorii geografici.* Pentru investitorii angajați în activități de producție este foarte importantă dotarea cu materii prime, mai ales combustibil (petrol, gaze naturale etc.). Cu toate acestea, bogăția în resurse naturale și dependența redusă de importurile de combustibil reprezintă un avantaj în plus pentru o țară în comparația sa cu alte piețe externe. Mult mai important pentru o investiție decât dotarea cu ma-

terii prime este gradul de dezvoltare a infrastructurii rețelei de transport (șosele, căi ferate, aeroporturi, porturi, rețeaua electrică, transportul prin conducte etc.) și cea de poștă și telecomunicații (telefonie în principal). Analiza infrastructurii trebuie să se facă nu numai cantitativ (câte șosele, câte căi ferate), ci mai ales calitativ și structural, cu accentul pus pe calitatea serviciilor oferite. Infrastructura afectează în mod direct profitabilitatea investiției, având rol fundamental în activitatea de aprovizionare și desfacere a produselor sau chiar în activitatea de producție a telecomunicațiilor.

f) *Factorii generați de situația comerțului exterior.* În condițiile actuale, comerțul exterior reprezintă una dintre condițiile de bază ale creșterii economice. Nici o economie nu va putea produce toate bunurile de care are nevoie la un moment dat. Pentru a le putea avea însă pe toate, se apelează la comerțul internațional. Cu cât gradul de deschidere a unei economii față de restul lumii este mai mare și poziția sa în cadrul diviziunii mondiale a muncii este mai bună, cu atât economia în ansamblul ei este mai eficientă.

g) *Factorii generați de gradul de îndatorare externă.* Angajarea economiei în schimburile comerciale internaționale presupune comercializarea pe alte piețe a unei părți din producția internă și completarea acesteia prin importuri. Finanțarea importurilor se face, în primul rând, din încasările valutare obținute din exporturi. Dacă economia națională nu poate susține eforturile valutare generate de importuri, ea va trebui să apeleze la credite externe contractate de pe piața financiară internațională. Condițiile în care va obține aceste credite (scadență, modalitatea rambursării, nivelul dobânzii) depind în mod direct de performanțele economice și de gradul de îndatorare actual. Datoria publică externă cuprinde toate obligațiile în valută străină angajate sau garantate de stat, cu termen de rambursare mai mare de un an (datoria persoanelor private negarantată de stat este exclusă).

h) *Factorii legați de prezența capitalului atras.* Este cunoscut faptul că investițiile străine joacă un rol important în cadrul procesului de dezvoltare economică nu numai la nivelul unei țări, ci și la nivel global, în primul rând, ele au o contribuție directă și la formarea brută de capital, prin economisiri și investiții. Pot influența, de asemenea, nivelul global al veniturilor atât ale populației (salarii mai mari), cât și ale companiilor ce intră în relații de afaceri cu firmele străine. Impactul social poate fi mai mare prin numărul de noi locuri de muncă ce sunt create.

i) *Factorii generați de situația balanței de plăți externe și a cursului de schimb.* Poziția unei economii naționale în raporturile ei cu restul lumii este reflectată sintetic de două documente: balanța de plăți externe și balanța de creanțe și angajamente externe. Balanța de plăți externe are în vedere ansamblul tranzacțiilor derulate de rezidenți cu restul lumii, în timp ce balanța creanțelor și angajamentelor externe – stocul



de creanțe și angajamente financiare existent într-o economie la un moment dat.

**2. Factorii de natură socială.** Mediul social al țării-gazdă este privit din dublă perspectivă: economică și politică.

Din punct de vedere economic, mediul social furnizează informații cu privire la dimensiunea pieței externe, deoarece populația se manifestă ca purtător al cererii pentru bunurile de consum și, în același timp, ca furnizor al unuia din cei mai importanți factori de producție – munca.

Din punct de vedere politic, componentele mediului social pot fi privite ca depozitare ale valorilor moral-spirituale (cultură, religie, ideologie, politică).

Practic, situația politică a unei țări nu poate fi privită independent de factorul social (în calitate de electorat), factorii politici de decizie fiind aleși dintre liderii societății în scopul reprezentării intereselor acestora.

a) *Factorii generați de diverse aspecte legate de forța de muncă și ocuparea acesteia.* Investițiile potențază creșterea economică a țării, unul dintre cele mai importante efecte sociale ale procesului investițional fiind utilizarea forței de muncă.

b) *Factorii generați de diverse aspecte legate de populație și veniturile acesteia.* Acești factori sunt reprezentați prin populația totală, rata de creștere a ei, structura populației, densitatea acesteia și gradul de urbanizare.

c) *Factorii generați de dimensiunea culturală a mediului social.* Cultura este un mod de viață, un comportament creat de un grup de oameni, care se transmite de la o generație la alta. Cultura include valori, idei, datini și simboluri care caracterizează un grup de oameni, este un mod activ de viață al unei națiuni. Sistemul de indicatori privind dimensionarea culturală a mediului social este format din eterogenitatea culturală și cea religioasă, nivelul tehnologic general, naționalismul în plan economic.

d) *Influențele externe la nivelul mediului social.* Ca și în cazul componentei economice și politice, factorii de risc aferenți mediului social sunt abordați și din perspectiva externă. Această abordare are în vedere relațiile stabilite de mediul social cu străinătatea, accentul căzând în principal pe disputele regionale care au loc în zona în care țara-gazdă este sau nu angajată și pe atitudinea locală față de capitalul și investitorii străini.

**3. Factorii de natură politică.** Fiecare țară are propria sa configurare politică, caracterizată de un șir de sisteme naționale. Factorii de natură politică ai riscului investițional pot fi sistematizați în cinci grupe mari:

a) *Forma de guvernare* face o apreciere calitativă asupra modului în care este guvernată țara. În acest sens se au în vedere polii de putere în stat, precum și distribuția puterii între aceștia, firmele străine considerând că țările cu un sistem politic absolutist sunt riscante. Forma de guvernare include structura și stabilitatea guvernului, orientarea politică a acestuia, atitudinea lui față de investițiile străine.

b) *Sistemul partidelor politice.* Cu cât sistemul partidelor politice este mai eterogen, cu atât electoratul este mai „volatil” și posibilitatea de a forma un guvern monocolor este mai dificilă. Eterogenitatea partidelor politice este o caracteristică a democrațiilor în formare. Sistemul partidelor politice include ideologia lor, atitudinea lor față de capitalul străin și competiția politică între partide.

c) *Personalitățile politice* includ liderii politici, instituțiile statului, rolul și implicarea armatei în politică.

d) *Stabilitatea și performanța politicilor guvernamentale* includ politica generală a guvernului, stabilitatea politicii lui, nivelul violențelor, al terorismului, instabilitatea politică din zonă, importanța geopolitică a țării, apartenența la grupări economico-politice internaționale.

e) *Mecanismele de control* includ forța și influența opoziției, corupția, „volatilitatea” electoratului, gradul general de implicare politică, sprijinul popular acordat puterii.

**4. Factorii de natură legal-instituțională.** O componentă de bază a mediului în care acționează o firmă are în vedere și factorii de natură politică și legal-instituțională care guvernează relațiile economice derulate între entități situate în state diferite. Aceste relații nu sunt exclusiv bilaterale, ci de cele mai multe ori intervin, direct sau indirect, și alți participanți: guvern, organizații internaționale, alte părți interesate. Firma cu activitate internațională va urmări factorii ce influențează procesul investițional pe două axe:

- cadrul legal al desfășurării activităților investiționale;
- instituțiile implicate în coordonarea și supravegherea procesului investițional.

*Cadrul legal ce reglementează activitatea investițională* are două componente: cadrul legal extern și cadrul legal intern.

Cadrul legal extern sau internațional se referă la regulile care guvernează activitățile firmelor desfășurate în afara țării de origine și soluționează diferențele dintre companiile multinaționale, țările-gazdă și terțe părți. *Cadrul instituțional implicat în activitatea investițională* sunt instituțiile care, prin reglementările lor, pot afecta activitatea în acea țară (Ministerul Muncii și Protecției Sociale, Ministerul Economiei și Comerțului al Republicii Moldova, Banca Centrală, Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova).

În sistemul economic, politic și legal trebuie urmărite și instituțiile, agențiile sau oficiile neguvernamentale, care au tangență cu anumite aspecte ale activității firmei. Dintre acestea cele mai importante sunt: instituțiile naționale de standardizare, de certificare, oficiile naționale de protecție a consumatorului, agențiile de protecție a drepturilor de proprietate intelectuală, deoarece, acționând pe un anumit teritoriu, firma va trebui să producă și/sau să comercializeze bunuri și servicii care să corespundă standardelor și să asigure protecția intereselor utilizatorilor.

O firmă reprezintă în ansamblul său un sistem care nu se manifestă ca o entitate independentă, dar activitatea sa se desfășoară într-un anumit mediu pe care îl influențează și de care este influențată. Acest mediu extern, distinct de mediul intern al firmei, este, la rândul său, un sistem ale cărui componente – economică, socială, politică, legal-instituțională – sunt interdependente. Mediul extern, în special mediul

politic și într-o măsură mai mică mediul legal, este caracterizat de un anumit grad de instabilitate, ceea ce determină caracterul riscant al oricărei activități economice. În fundamentarea strategiei de investiții trebuie cuantificat și efectul pe care modificarea acestora îl poate avea asupra firmei și create anumite „substrategii” de evaluare a factorilor de natură economică, socială, politică, legală și instituțională.

#### Bibliografie:

1. Ciocoi N. C., *Managementul riscului în afaceri și proiecte* – București: ASE, 2006.
2. Halpern P., Weston J., *Finanțe manageriale* – București: Economica, 2001.
3. Horobeț A., *Managementul riscului în investițiile internaționale* – București: All Beck, 2005.
4. Păun C., Păun L., *Riscul de țară*. – București: Economica, 1999.
5. Markowitz H., *Portfolio Selection, The Journal of Finance*, March, 1952.
6. Renn O., *There decadea of risk researsch*, McGraw Hill – New York, 2000.
7. Sharpe W., *Investements*, Addison Wesley Publishing Company, New York, 1985.

## UNELE CONSIDERAȚII PRIVIND PROBLEMATICA IMPLEMENTĂRII REGIMULUI DE ȚINTIRE A INFLAȚIEI DE CĂTRE BĂNCILE CENTRALE

*Drd. Radu CUHAL, USM*

*Taking into consideration the objective to integrate into the European Union announced by Moldovan authorities, it will be necessary in the near future a connection of the Republic of Moldova monetary policy to the strategy and tactics of the European Central Bank monetary policy. In this respect, it is suitable an analysis of the experience of central banks that have been successfully implemented the monetary policy based o inflation targeting in order to create the necessary conditions for implementing it in the Republic of Moldova.*

În majoritatea statelor dezvoltate ale lumii inflația este considerată o problemă social-economică foarte importantă. În cazul unei inflații înalte are loc devalorizarea acumulărilor, reducerea procesului de investire, migrarea capitalului spre active străine, imobil etc. În acest sens, guvernele tind spre menținerea inflației la un nivel ce nu ar prejudicia creșterea economică prin intermediul unor măsuri drastice ale politicii fiscale și monetare. Tradițional, majoritatea băncilor centrale promovează politicile sale monetare prin intermediul regimurilor de țintire a agregatelor monetare sau al ratei de schimb, utilizând în calitate de obiective intermediare agregatele monetare sau cursul valutar. Însă, în anii 90, câteva dintre țările industrial-dezvoltate au ignorat tradiția utilizării acestor obiective intermediare. La moment, ele își focusează toată atenția asupra inflației. Acest regim de control asupra inflației a primit denumirea de *inflation targeting*. Introducerea regimului de țintire a inflației se bazează pe recunoașterea faptului că dinamica agregatelor monetare nu întotdeauna determină ritmul real al creșterii prețurilor.

Odată cu implementarea noului regim de politică monetară, și anume a regimului de țintire a inflației, băncile centrale s-au confruntat cu o serie de *întrebări tehnice privind tactica și strategia politicii monetare, cum ar fi:*

- care este indicele optimal al prețurilor ce trebuie țintit ?
- ținta politicii monetare trebuie să reprezinte o cifră sau un diapazon ?
- care bandă trebuie să fie practică ?
- ce este capacitatea de prognoză a inflației de către banca centrală ?
- cum băncile centrale trebuie să reacționeze la devierea inflației efective de la traiectoria stabilită ?
- care este limita diapazonului ce trebuie să fie indicată în politica monetară dezvăluită publicului?

De menționat că prima bancă centrală care s-a confruntat cu aceste momente este Banca Centrală a Noii Zeelande, care a trecut la regimul de țintire a inflației la începutul anului 1990, fiind urmată de Banca Centrală a Canadei (1991), Banca Centrală a Marii Britanii (1992), Banca Centrală a Suediei (1993), Banca Națională a Finlandei (1993), Banca Centrală a Australiei (1994) și Banca Națională a Spaniei (1994).

Analiza experienței și practica implementării strategiei și tacticii politicii monetare a acestor bănci centrale pun în evidență următoarele răspunsuri privind condițiile tehnice necesare pentru implementarea regimului de țintire a inflației.

### Care este indicele optimal al prețurilor ce trebuie țintit?

La alegerea indicatorului de măsurare a inflației țintite are loc un compromis între transparență și posibilitatea de a controla inflația de către băncile centrale. Avantajul alegerii indicelui prețurilor de consum este perceperea mai bună a acestui indice de către public. Oricum, evoluțiile indicelui prețurilor de consum pot reflecta factorii ce diferă de măsurile politicii monetare. Inflația definită îngust și anume inflația de bază, care exclude posibilele efecte ale șocurilor tranzitorii, poate fi mai bine controlată de banca centrală, dar poate fi dificilă pentru public la stabilirea efectului de implementare a politicii monetare. Datorită necesității de responsabilitate și transparență a băncii centrale în condițiile țintirii inflației, aceasta poate fi un neajuns semnificativ, în special în cazul în care banca centrală nu are un grad înalt de credibilitate.

#### Alegerea unui indice de prețuri adecvat

Alegerea indicelui de prețuri în funcție de care se stabilește ținta de inflație depinde de caracteristicile metodologice ale calculării indicelui prețurilor de consum<sup>1</sup> și de sensibilitatea acestuia la șocurile din partea ofertei. Cel de-al doilea criteriu este important în țările în tranziție, ce urmăresc implementarea unui regim de țintire a inflației în care incidența prețurilor administrate de către stat asupra nivelului general al prețurilor este substanțială. În aceste condiții, aplicarea unei strategii de țintire directă a inflației impune fie o foarte bună comunicare între autoritățile monetare și cele fiscale în ceea ce privește momentul și fluctuația modificării prețurilor controlate, fie eliminarea efectului acestora asupra indicelui-țintă. În încercarea de a decela influența factorilor nemonetari, multe dintre țările care practică țintirea directă a inflației își definesc obiectivul la nivelul inflației de bază, elementele excluse din IPC total diferind de la o bancă centrală la alta. Decizia de stabilire a obiectivului la nivelul inflației de bază trebuie să țină, totuși, cont de faptul că o astfel de metodologie nu este ușor înțeleasă și asimilată de către publicul larg; prin urmare, punerea în practică a deciziei ar trebui precedată de o campanie de informare, prin care să se asigure transparența obiectivului și sprijinul publicului al noii strategii.

#### Intervalul de fluctuație și orizontul țintei

**a) Lărgimea benzii-țintă.** Nevoia de a specifica lărgimea benzii rezultă din controlul imperfect al politicii monetare asupra ratei inflației. Ca urmare a lag-urilor temporare lungi și variabile ale mecanismului de transmisie a politicii monetare, precum și a capacității imperfecte de a prognoza inflația, nu

este posibilă o restricționare a variabilității inflației sub anumite niveluri. De asemenea, banda este necesară menținerii unei anumite flexibilități a politicii monetare în ceea ce privește reacția la șocurile pe termen scurt. Alegerea dimensiunii benzii-țintă reflectă un compromis între anunțarea unei benzi înguste, cu riscul de a o depăși ocazional, și anunțarea unei benzi largi, care poate fi percepută ca o atitudine prea relaxată a politicii monetare. O bandă îngustă denotă o poziție fermă a băncii centrale în respectarea obiectivului de stabilitate a prețurilor, dar se poate dovedi dificil de implementat în practică, cu repercusiuni asupra credibilității autorității monetare. Pe de altă parte, adoptarea unei benzi înguste are beneficiul accentuării responsabilității pe termen scurt a băncii centrale în atingerea țintei de inflație, dar poate induce instabilitate la nivelul instrumentelor de politică monetară – pentru obținerea unui efect dat asupra ratei inflației – cu cât este mai scurt orizontul de timp, cu atât crește amplitudinea intervenției.<sup>2</sup> Lărgimea benzii-țintă (sau chiar existența acesteia) reprezintă o diferență majoră între regimurile de țintire a inflației adoptate în diferite țări. În ceea ce privește țările din Europa Centrală și de Est, care au adoptat o strategie de țintire directă a inflației, majoritatea și-au definit obiectivul în termeni de bandă, dimensiunea acesteia fiind gradual restrânsă pe măsura progresului înregistrat pe linia dezinflației (de exemplu, Cehia a început, în 1998, cu o bandă de  $\pm 0,5$  puncte procentuale față de o țintă de 6 la sută, pentru ca în 2000 intervalul de fluctuație să fie îngustat la  $\pm 0,1$  puncte procentuale față de ținta de 4,5 la sută).

**b) Orizontul de timp.** Stabilirea orizontului țintei depinde esențial de nivelul inițial al inflației și de durata mecanismului de transmisie. În Canada și Noua Zeelandă, de exemplu, autoritățile au beneficiat de o perioadă de grație de 18 luni pentru atingerea țintei inițiale. Următoarele ținte au fost fixate la intervale mai scurte (12 luni), dar odată ce inflația a fost redusă la un nivel acceptabil pe termen lung, ambele țări au stabilit că obiectivul va fi urmărit prin asigurarea încadrării în bandă pe un orizont de 5 ani. În mod similar, Strategia de politică monetară pe termen mediu a Poloniei fixează la 1 an orizontul de atingere a țintelor de inflație, dar precizează că acesta va fi extins pe măsură ce va crește perioada de reacție a economiei la acțiunile băncii centrale.

#### Capacitatea de prognozare a inflației

Realizarea de către banca centrală a unei prognoze de inflație este esențial într-un regim de țintire a inflației, dat fiind caracterul anticipativ al unei

<sup>1</sup> Există trei considerente pentru care țintele de inflație se stabilesc pe baza indicelui prețurilor de consum (sau derivate ale acestuia) și nu pe baza deflatorului PIB: (i) publicul larg este familiarizat cu IPC și mai puțin cu deflatorul PIB, (ii) datele privind evoluția IPC sunt disponibile în timp util și (iii) nu sunt supuse revizuirilor.

<sup>2</sup> Fluctuațiile bruște ale ratei dobânzii sunt de natură destabilizatoare a piețelor financiare, în pofida menținerii țintei de inflație în banda prestabilită. Analog, frecvența ridicată a mișcărilor cursului de schimb provoacă o stare de conflict între obiectivul de stabilitate a prețurilor pe termen scurt și menținerea țintei de inflație pe termen mediu, precum și o mișcare nedorită asupra cererii interne.

astfel de strategii de politică monetară<sup>3</sup>. Elaborarea unor prognoze satisfăcătoare depinde, însă, de existența unor serii istorice consistente care să permită estimarea unor relații stabile între inflație și celelalte variabile macroeconomice. Este necesară existența unei bune cunoașteri a mecanismului de transmisie a impulsurilor politicii monetare și a unor piețe financiare capabile să furnizeze, în timp util, informații corecte băncii centrale, ca răspuns la acțiunile acesteia. De asemenea, pentru a nu dobândi un caracter recursiv, prognozele efectuate în cadrul băncii centrale nu trebuie să încorporeze anticipațiile privind acțiunile sale, pe care se bazează prognozele realizate de alte instituții.

### **Care trebuie să fie viteza de dezinflație și care este aportul guvernului în stabilirea țintei de inflație?**

Țintirea inflației poate cauza anumite contradicții dintre banca centrală și guvern. *Există mai multe cauze ale acestor contradicții, cum ar fi:*

- la începutul procesului de tranziție banca centrală posedă o independență operațională și de scop. În situația în care inflația este la un nivel ce depășește ținta de stabilitate a prețurilor pe termen lung, banca centrală dispune de posibilitatea de decizie asupra vitezei de dezinflație. În cazul în care banca centrală este mai ambițioasă decât politicienii, se creează premise pentru apariția unor tensiuni. Aceasta se întâmplă în cazul unei creșteri economice încetinite, care este în detrimentul popularității partidului de guvernământ. Faptul dat sugerează superioritatea sau implicarea mai activă a autorităților politice în stabilirea obiectivelor de politică monetară;
- faptul că politicienii devin guvernatori ai băncilor centrale sau guvernatorii băncilor centrale încep o activitate politică are o consecință de implicare a băncii centrale în jocurile politice;
- în pofida unui progres semnificativ al reformelor politice și economice, legislației nu i se acordă puterea cuvenită, chiar și în economiile dezvoltate, condiționând atacurile politice asupra băncii centrale.

Discuțiile politice pe marginea acestor probleme subminează încrederea în procesul de țintire a inflației și poate majora costul dezinflației viitoare. Decizia privind viteza dezinflației are repercusiuni asupra diverselor pături sociale, astfel fiind salutate deciziile luate de guvern privind această problemă. Este evident că decizia privind viteza dezinflației, adoptată de banca centrală și guvern, va ridica credibilitatea

politicii monetare. *Astfel, decizia comună are câteva avantaje, cum ar fi:*

- politica monetară este mai credibilă;
- guvernul este implicit sau explicit responsabil pentru obiectivul de inflație anunțat;
- piețele vor vedea în această decizie includerea posibilelor compromisuri de scurtă durată; va avea loc și reducerea posibilității de blamare din partea societății a politicilor de scădere a inflației, ceea ce nu reflectă preferințele societății și sunt exagerat de costisitoare.

Totodată, o decizie luată unilateral de către banca centrală în vederea unei dezinflații rapide (Cehia, Polonia) poate cauza reducerea sprijinului acordat băncii centrale, precum și majorarea riscului pierderii independenței și intervenirea asupra capacității băncii centrale în controlul asupra inflației pe termen lung. Însă, în contextul deciziei politice de aderare la UEM, nu are importanță cine stabilește ținta de inflație, din motivul unor costuri esențiale politice și economice ale nerealizării criteriilor Maastricht.

### **Cum politica monetară trebuie să reacționeze la devierea inflației efective de la traiectoria stabilită?**

Unele bănci centrale ținesc limita de sus a benzii și implementează politica monetară în vederea menținerii nivelului inflației în interiorul benzii (New Zealand, 1991), alte bănci centrale preferă consolidarea dezinflației neașteptat de rapidă (Israel, 1998).

*Recentele exemple ale Poloniei au atestat unele riscuri legate de reducerea inflației la un nivel mai jos decât cel stabilit inițial. În acest sens, se evidențiază următoarele:*

- probabil, nivelul ambițios al dezinflației nu va fi salutat de politicieni: în special, în cazul în care dezinflația rapidă reduce activitatea economică, ceea ce va duce la persistența unei dorințe de a promova o politică monetară mai lejeră, în pofida unui nivel mai înalt al inflației rezultate. BNP a agravat problema dată, pentru că ținta de inflație este stabilită „până la 4%”, ceea ce sugerează că nivelul inflației efective inferior celui stabilit nu mai este o problemă pentru BNP. Aceasta a înrăutățit relațiile BNM cu guvernul și a redus suportul BNP din partea publicului. BNC a evitat această problemă și nici nu a tins spre atingerea unui nivel al inflației inferior celui stabilit;
- dacă nivelul rapid al dezinflației se datorează șocurilor externe temporare, va fi greșită presupunerea că politica monetară poate fixa această dezinflație fără costuri posterioare. După șocuri prețurile se restabilesc, cresc ca rezultat al restabilirii cererii globale. Politica monetară care va încerca să prevină accelerarea dezinflației în perioada reducerii pre-

<sup>3</sup> Țintirea directă a inflației se reduce, practic, la asigurarea ancorării anticipațiilor în interiorul benzii-țintă, ceea ce înseamnă că banca centrală trebuie să reacționeze la decalajul dintre proiecția de inflație și țintă înainte ca presiunile inflaționiste să devină vizibile.

țurilor sau alte șocuri pozitive ale ofertei vor fi prea expansive. Concomitent, politica monetară riscă să fie prea restrictivă, dacă va încerca să evite accelerarea inflației când șocul pozitiv al ofertei este inversat. BNC a stabilit că politica monetară nu trebuie să intervină în cazul șocurilor temporare de ofertă, care abat dezinflația de la traiectoria stabilită;

- abordarea ambițioasă a dezinflației poate submina credibilitatea cadrului de țintire a inflației. Specificarea țintei de inflație pe termen mediu de către banca centrală denotă stabilirea unui mediu previzibil care facilitează posibilitatea agenților economici de a planifica pe viitor. Dacă vor fi devieri de la scop, credibilitatea țintirii inflației va rezulta în încrederea agenților în acțiunile băncii centrale în vederea respectării obiectivului de inflație în corespundere cu dinamica proiectată.

Problema poate fi și în cazul unei traiectorii dezinflaționiste greșite. De exemplu, concurența în economie datorită liberalizării, privatizării și a comerțului mai deschis va produce o dezinflație mai rapidă decât cea estimată în condițiile unei politici monetare stabilite. Acest șoc de ofertă va cauza un nivel inferior al inflației fără declin eco-

nom. În acest caz, respectarea scopului stabilit al inflației va necesita o politică monetară expansionistă și va fi oportună acceptarea unei dezinflații mai rapide, ceea ce va fi mai real de îndeplinit. Și din punct de vedere politic va fi mai oportună această abordare a nivelului inferior al inflației decât nivelul-țintă, pentru că acest eveniment nu va fi însoțit de declin economic.

În concluzie, se poate menționa că, la momentul actual, implementarea regimului țintirii directe a inflației este prematur. Implementarea cu succes a acestui regim de politică monetară depinde de numeroși factori de ordin politic, economic și tehnic. Actualmente, economia Republicii Moldova nu este încă în suficientă măsură restructurată și prognozabilă, încât să se poată susține un nivel stabil al creșterii prețurilor. Dar, luând ca bază obiectivul declarat al autorităților moldovenești de integrare în Uniunea Europeană și restricțiile pe care le impune evoluția de până în prezent a economiei naționale, va fi necesară o racordare a politicii monetare din R.Moldova la strategia și tactica politicii monetare a Băncii Centrale Europene. În acest context, este oportună analiza experienței băncilor centrale care au implementat cu succes politica monetară bazată pe regimul țintirii directe a inflației.

#### Bibliografie:

1. Abel M., Bernanke F., *Monetary policy and the Federal Reserve System*, New-York. Ed. Printless, 1995, 211-284 pp.
2. Boodhart C., Viñals J., *Strategy and tactics of monetary policy: examples from europe and the Antipodes*, Oxford: Oxford University Press, 1994, 52-82 pp.
3. Boonstra W., Eijffinger C., Sylvester W., *Banks, financial markets and monetary policy*, Nederlands Instituut voor het Bank-en Effectenbedrijf, 1997, 321p.
4. Cuhai R., *Problems of promoting monetary policy and peculiarities of using monetary policy instruments in the Republic of Moldova*, The Quarterly Journal of Global Economies, Volume 27, Number 1, June 2003, London, United Kingdom, 2003, pp.123-129.
5. Cuhai R., Snepenger D., Cuhai V., *Reflections on Inflation in the Republic of Moldova: Theory and Econometric Model*, Annual Research View 2003, Volume IV, Economics, University of Montana, USA, 2003, pp.342-356.
6. Rober B., *Inflation and Economic Growth*, Bank of England, Quarterly Bulletin, vol.35, № 2, May 1995.
7. Sahay R., Vegh C., *Inflation and Stabilization in Transition Economies: A Comparison with Market Economies*, IMF WP 95/8, January 1995.
8. Macklem T.R., *Price Stability, Inflation Targets, and Monetary Policy*, Bank of Canada, 1998, pp.82-114.



## TAXA PE VALOAREA ADĂUGATĂ PERCEPUTĂ DE CĂTRE AUTORITĂȚILE VAMALE

*Drd. Ion CORNEA;  
Drd. Tudor DABIJA, ASEM*

*VAT (value added tax) is an indirect tax being recently seen in the fiscal systems of different countries. The main moment that I want to take a look is application of this tax upon import/export of goods, as well as tax collection by customs units in the framework of this two regimes.*

*This tool being conducted in a good manner can brought positive effects for the Republic of Moldova. The main purpose for application of this kind of tool consist on, first of all the country should take over the economic crises in which she stays, as well as to increase his economic potential. Secondly, to maintain and keep develop the international relations for change, hereby to reestablish his global reputation as a developed country.*

Taxa pe valoarea adăugată este un impozit indirect, apărut relativ de curând în peisajul sistemelor fiscale din diferite state. Acest impozit are o arie de răspândire destul de largă la nivel global. Pe parcursul timpului, de la apariția acestuia în Franța, în anul 1954, tot mai multe state au manifestat interes pentru introducerea lui în sistemul fiscal propriu.

Taxa pe valoarea adăugată (T.V.A.) este definită în literatura de specialitate ca fiind acel impozit indirect care se aplică pe fiecare stadiu al circuitului economic (ciclului de fabricație și distribuție) al unui produs finit, asupra valorii adăugate realizate (obținute) în fiecare etapă de către toți cei care contribuie la producerea și desfacerea acelui produs, până când el ajunge la consumatorul final [6, pag. 201].

Legislatorul definește T.V.A. în felul următor: „T.V.A. este un impozit general de stat, care reprezintă o formă de colectare la buget a unei părți a valorii mărfii livrate, serviciilor prestate care sunt supuse impozitării pe teritoriul Republicii Moldova, precum și a unei plăți din valoarea mărfurilor, serviciilor impozabile importate în Moldova” [1, art.93].

Principalul moment pe care am dori să-l tratăm referitor la T.V.A. este acel ce privește aplicarea acestui impozit atât asupra importurilor și exporturilor de produse, cât și perceperea lor de către organele vamale în limita celor două regimuri.

*Subiecții impozabili de T.V.A., în cazul trecerii frontierei vamale, sunt:*

1. Persoanele juridice și fizice care importă mărfuri, cu excepția persoanelor fizice care importă mărfuri de uz sau consum personal, a căror valoare nu depășește limita stabilită de legislația în vigoare;
2. Persoanele juridice și fizice care importă servicii considerate ca livrări impozabile efectuate de persoanele menționate.

Un moment foarte important este că T.V.A., la importul de mărfuri și servicii, se percepe de subdiviziunile Serviciului Vamal specializate, care îndeplinesc și funcțiile unui organ fiscal specializat. La stabilirea valorii impozabile de T.V.A. se cumulează:

valoarea mărfurilor în vamă, inclusiv costul transportării, cheltuielile de asigurare și alte cheltuieli aferente aducerii acestor mărfuri până în locul efectuării procedurilor vamale, precum și impozitele și taxele care urmează a fi achitate la importul acestor mărfuri, cu excepția T.V.A..

Persoanele juridice și fizice care importă mărfuri pentru desfășurarea activității de antreprenoriat, achită T.V.A. până /sau la momentul prezentării declarațiilor vamale, adică până la momentul introducerii mărfurilor pe teritoriul Republicii Moldova. Persoanele fizice care importă mărfuri, a căror valoare depășește limita stabilită de legislație, achită T.V.A. în momentul controlului vamal al bagajului și numai în măsura în care se depășește limita stabilită.

*Cotele la care se achită T.V.A. sunt stabilite de legislația fiscală, în special de Codul fiscal și constituie:*

- a) cota-standard – în mărime de 20% din valoarea impozabilă a mărfurilor și serviciilor importate și a livrărilor efectuate pe teritoriul Republicii Moldova;
- b) cote reduse în mărime de:
  - 8% – la pâinea și produsele de panificație (190120000, 190540, 190590300, 190590600, 190590900), la laptele și produsele lactate (0401, 0402, 0403, 0405, 040610200), livrate pe teritoriul R.Moldova, cu excepția produselor alimentare pentru copii care sunt scutite de T.V.A. în conformitate cu art.103 alin.(1) pct.2);
  - 8% – la medicamentele, atât indicate în Nomenclatorul de stat de medicamente, cât și autorizate de Ministerul Sănătății și Protecției Sociale, importate și/sau livrate pe teritoriul țării, precum și medicamentele preparate în farmacii conform prescripțiilor magistrale, cu conținut de ingrediente (substanțe medicamentoase) autorizate;
  - 5% – la gazele naturale și gazele lichefiate, atât la cele importate, cât și la cele livrate pe teritoriul Republicii Moldova;
- c) cota zero – la mărfurile și serviciile livrate în conformitate cu art.104.



Conform prevederilor Codului Fiscal al R.M. se impozitează la cota zero următoarele livrări:

- a) mărfurile, serviciile pentru export și toate tipurile de transporturi internaționale de mărfuri (inclusiv de expediție) și pasageri, precum și serviciile operatorului aerodrom (aeroport), de comercializare a билетelor de călătorie în trafic internațional cu aeronave, de deservire la sol a aeronavelor, de securitate aeronautică și de navigație aeriană, aferente aeronavelor în trafic internațional;
- b) energia electrică destinată populației, livrată de către întreprinderile producătoare rețelelor de distribuție, precum și energia electrică livrată populației de către rețelele de distribuție; energia termică și apa caldă destinate populației, livrate de către întreprinderile producătoare rețelelor de distribuție, precum și energia termică și apa caldă livrate populației de către întreprinderile producătoare și rețelele de distribuție, întreprinderile de termoficare locale, cazangeriile, stațiile termice și stațiile-grup;
- c) importul și/sau livrarea pe teritoriul republicii a mărfurilor, serviciilor destinate folosinței oficiale de către misiunile diplomatice în Republica Moldova și uzului sau consumului personal de către membrii personalului diplomatic și administrativ-tehnic al acestor misiuni și de către membrii familiilor lor care locuiesc împreună cu ei, pe bază de reciprocitate, precum și cele destinate folosinței oficiale de către alte misiuni asimilate lor în Moldova și uzului sau consumului personal de către membrii personalului diplomatic și administrativ-tehnic al acestor misiuni și membrii familiilor lor care locuiesc împreună cu ei. Modul de aplicare a cotei zero a T.V.A. se stabilește de Guvern;
- d) importul și/sau livrarea pe teritoriul republicii a mărfurilor, serviciilor destinate proiectelor de asistență tehnică, realizate pe teritoriul Republicii Moldova de către organizațiile internaționale și țările donatoare în limita tratatelor la care aceasta este parte. Lista tratatelor internaționale la care R.Moldova este parte și a proiectelor de asistență tehnică, precum și modul de aplicare a cotei zero a T.V.A. la livrarea pe teritoriul țării a mărfurilor și serviciilor destinate proiectelor de asistență tehnică se stabilesc de Guvern;
- e) lucrările la construcția caselor de locuit, inclusiv a caselor construite cu aplicarea metodei de creditare ipotecară, cuprinse în programele social-economice cu destinație specială în domeniul construcției caselor de locuit, aprobate de autoritățile administrației publice centrale și/sau locale;

- f) mărfurile, serviciile livrate în zona economică liberă din afara teritoriului vamal al Republicii Moldova, livrate din zona economică liberă în afara teritoriului vamal al acesteia, livrate în zona economică liberă din restul teritoriului vamal al R.M., precum și cele livrate de către rezidenții diferitelor zone economice libere ale Moldovei unul altuia;
- g) serviciile prestate de întreprinderile industriei ușoare pe teritoriul Republicii Moldova în cadrul contractelor de prelucrare în regimul vamal de perfecționare activă. Lista agenților economici, tipul serviciilor care cad sub incidența prezentului punct, precum și modul de administrare a acestor servicii se stabilesc de Guvern;
- h) mărfurile livrate în magazinele „duty-free”.

T.V.A. nu se aplică:

- a) mărfurilor introduse pe teritoriul vamal și plasate sub regimurile vamale de tranzit, transformare sub control vamal, antrepozit vamal și sub destinațiile vamale de distrugere și abandon în folosul statului;
- b) mărfurilor autohtone anterior exportate și reintroduse, în termen de 3 ani, în aceeași stare;
- c) mărfurilor plasate sub regimul vamal de admitere temporară și produselor compensatoare după perfecționarea pasivă, conform reglementărilor vamale.

Mărfurilor plasate în regimul vamal de perfecționare activă, exceptând mărfurile supuse accizelor, carnea de bovine proaspătă sau refrigerată (poziția tarifară 0201), carnea de bovine congelată (poziția tarifară 0202), carnea de porcine proaspătă, refrigerată sau congelată (poziția tarifară 0203), carnea de ovine sau caprine, proaspătă, refrigerată sau congelată (poziția tarifară 0204), organele comestibile de bovine, porcine, ovine, caprine, cai, măgari, catâri, asini, proaspete, refrigerate sau congelate (poziția tarifară 0206), carnea și organele comestibile ale păsărilor de la poziția tarifară 0105, proaspete, refrigerate sau congelate (poziția tarifară 0207), slănina fără carne slabă, grăsimea de porc și de pasăre, netopită, nici altfel extrasă, proaspătă, refrigerată, congelată, sărată sau în saramură, uscată sau afumată (poziția tarifară 0209 00), laptele și smântâna din lapte, concentrate sau cu adaos de zahăr sau alți îndulcitori (edulcoranți) (poziția tarifară 0402), feculele de cartofi (poziția tarifară 1108 13 000), grăsimile de animale din specia bovină, ovină sau caprină, altele decât cele de la poziția tarifară 1503 (poziția tarifară 1502 00) și zahărul brut din trestie de zahăr (poziția tarifară 1701 11), nu li se aplică T.V.A.

T.V.A. achitată pentru mărfurile plasate în regimul vamal de perfecționare activă, la care se aplică T.V.A., se restituie, în conformitate cu modul stabilit de Serviciul Vamal, într-un termen ce nu va depăși 30 de zile.

Suma T.V.A. destinată restituirii se determină prin compararea sumei T.V.A. plătită la momentul plasării mărfurilor destinate prelucrării în regimul vamal „perfecționare activă” cu suma T.V.A. calculată la cantitatea produselor rezultate din prelucrare [5, pct. 10].

La scoaterea mărfurilor străine de pe teritoriul vamal, plasate sub destinația vamală de reexport, se restituie suma T.V.A. achitată la introducerea acestora pe teritoriul vamal. T.V.A. se restituie, în modul stabilit de Serviciul Vamal, într-un termen ce nu va depăși 5 zile.

T.V.A. nu se aplică la importul mărfurilor, serviciilor importate, destinate acordării de asistență în caz de calamitate naturală, de conflict armat și în alte situații excepționale, precum și pentru importul și/sau livrările de mărfuri, servicii definite ca ajutoare umanitare, în modul stabilit de Guvern.

T.V.A. nu se aplică la importul mărfurilor, serviciilor importate, destinate magazinelor ce deservește în exclusivitate misiunile diplomatice și alte misiuni asimilate lor în Republica Moldova și personalul acestora.

T.V.A. nu se aplică materiei prime, materialelor, articolelor de completare și accesoriilor necesare procesului de producție, importate de organizațiile și întreprinderile societăților orbilor, societăților surzilor și societăților invalizilor.

T.V.A. nu se aplică producției atelierelor curative de producție (de muncă) de pe lângă spitalele de psihiatrie ale Ministerului Sănătății, în care muncesc persoane handicapate.

Livrările de mărfuri și servicii efectuate în interiorul zonei economice libere nu sunt livrări impozabile cu T.V.A.

Livrările de mărfuri (servicii) în zonele libere de pe restul teritoriului vamal al Republicii Moldova sunt asimilate exportului, iar livrarea mărfurilor (serviciilor) din zona liberă pe restul teritoriului vamal al țării sunt asimilate importului și se reglementează în conformitate cu legislația [4, art.7].

T.V.A. nu se aplică mărfurilor importate de către persoanele juridice în scopuri necomerciale, dacă valoarea în vamă a acestor mărfuri nu depășește suma de 50 euro. În cazul în care valoarea în vamă a mărfurilor depășește limita neimpozabilă indicată, T.V.A. se calculează pornind de la valoarea mărfurilor în vamă, iar limita neimpozabilă menționată nu micșorează valoarea impozabilă a acestora.

Venitul sub formă de dobândă, obținut de către locator în baza unui contract de leasing financiar, nu este obiect impozabil cu T.V.A..

Pentru mărfurile importate, utilizate pentru desfășurarea activității de întreprinzător, termenul obligației fiscale se consideră data declarării mărfurilor la punctele vamale de frontieră, iar data achitării – data depunerii de către importator (declarant) sau de către un terț a mijloacelor bănești la banca comercială sau la conturile trezoreriale ale Serviciului Vamal, confirmată printr-un extras

din contul bancar. La serviciile importate, utilizate pentru desfășurarea activității de întreprinzător, termenul obligației fiscale și data achitării T.V.A. se consideră data efectuării plății pentru serviciul importat.

Analiza în dinamică a prelevărilor la bugetul de stat, în urma încasărilor de T.V.A. la trecerea mărfurilor peste frontiera de stat, reflectă o creștere stabilă pe o perioadă de mai mulți ani. În acest context, este de menționat că, în perioada 2002-2006, cuantumul taxei pe valoarea adăugată a înregistrat ritmuri destul de înalte, acest fapt ne este demonstrat și de datele statistice reflectate în tabelul 1.

**Tabelul 1**  
**Taxa pe valoarea adăugată încasată de către organele vamale**

mii, lei

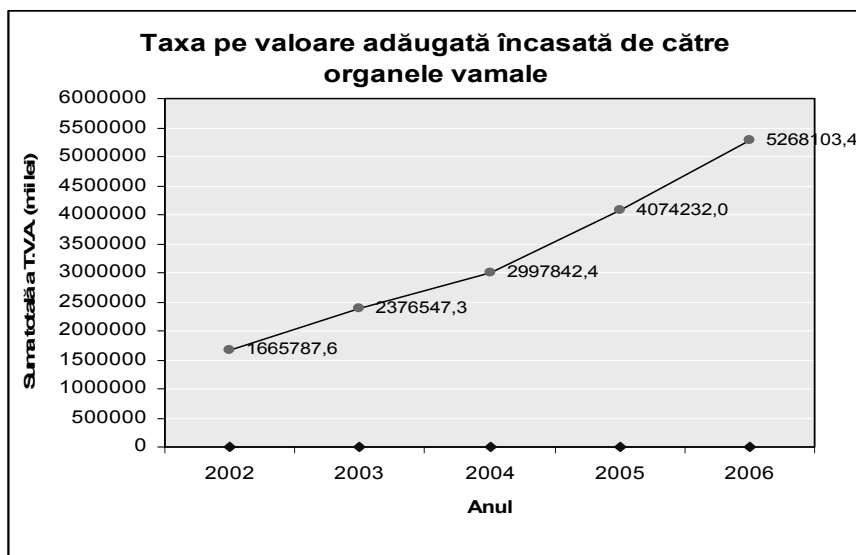
Anul	Suma totală a T.V.A.
2002	1665787,6
2003	2376547,3
2004	2997842,4
2005	4074232,0
2006	5268103,4

**Sursa:** Elaborat de autor în baza datelor Serviciului Vamal al Republicii Moldova

Examinând datele tabelului, conchidem că T.V.A., încasată de către organele vamale în anul de analiză, 2006, a constituit 5268103,4 mii lei. În dinamică se observă o creștere a acesteia cu 3602315,8 mii lei față de anul 2002. În urma cercetărilor, se observă că ponderea cea mai mare în veniturile încasate de către organele vamale constituie T.V.A., care înregistrează o creștere stabilă de la an la an. Făcând o ușoară comparație a datelor din tabelul 1, clar se observă această creștere, în 2003, suma totală a taxei pe valoarea adăugată înregistrând o creștere de 710759,7 mii lei față de aceeași perioadă a anului 2002. În 2004, organele vamale au încasat suma de 2997842,4 mii lei, înregistrând o creștere față de 2003 de 621295,1 mii lei, iar în 2005 această creștere fiind de 1076389,6 mii lei față de anul 2004. Apogeul creșterii este atins în 2006, când se înregistrează o creștere de 1193871,4 mii lei față de aceeași perioadă a anului 2005.

Această evoluție a încasărilor de T.V.A. foarte bine o putem observa și din graficul reflectat în figura 1.

Toate aspectele analizate demonstrează cu certitudine succesele deosebite pe care le înregistrează organele vamale, dar cu toate acestea putem vorbi despre posibilitatea existenței mai multor dificultăți sau chiar lacune în reglementarea drepturilor de import și drepturilor de export (inclusiv în perceperea T.V.A. de către organele vamale). Aceasta, la rândul său, necesită o abordare științifică profundă, astfel încât să creeze o bază științifică conceptuală.



**Figura 1. Evoluția încasărilor T.V.A.**

După cum știm, o practică reușită întotdeauna se bazează pe un fundament teoretic bine elaborat. Conducându-ne de aceste considerente, ne-am implicat și în abordarea teoretico-științifică, dar și practică a problemelor fiscale care apar în cadrul relațiilor economice externe. Datorită faptului că taxa pe valoarea adăugată este examinată prin prisma politicii tarifare, considerăm că nu trebuie lăsat fără atenție acest instrument de influență tarifară, deoarece, luat în complexitatea sa, are o importanță majoră atât la formarea bugetului de stat, cât și pentru întreaga economie.

Instrumentul respectiv, fiind dirijat în mod rațional, poate aduce efecte mult așteptate și binevenite pentru Republica Moldova. Scopul principal de aplicare a unui asemenea instrument constă în faptul, în primul rând, ca statul să iasă din criza economică în care se află în etapa actuală, precum și să-și mărească potențialul economic. În al doilea rând, să mențină și să-și dezvolte relațiile internaționale de schimb, astfel restabilind reputația sa mondială ca fiind o entitate social politică dezvoltată.

#### Bibliografie:

1. Codul Fiscal al Republicii Moldova. Monitorul Oficial nr. 102 – 103 din 23 august 2001;
2. Codul Vamal al Republicii Moldova. Monitorul Oficial nr. 160 – 162 din 23 decembrie 2000;
3. Legea Republicii Moldova: „Cu privire la tariful vamal” nr. 1380-XIII din 20 noiembrie 1997 Monitorul Oficial nr. 40-41 din 7 mai 1998., art.2.
4. Legea Republicii Moldova: „Cu privire la zonele economice libere” nr.440-XV din 27.07.2001, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.108-109/834 din 06.09.2001.
5. Regulamentul privind restituirea sumei taxei pe valoarea adăugată în cazul exportului produselor rezultate din prelucrarea la perfecționarea activă din 26.04.2004, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 138-146/282 din 13.08.2004.
6. Mircea, Ș.M. *Dreptul finanțelor publice*, Cluj-Napoca, 1999.

## GESTIONAREA CAPITALULUI CIRCULANT LA SOCIETĂȚILE COMERCIALE VINICOLE DIN ZONA DE SUD A R.MOLDOVA

*Drd. Ina DIMITROGLO, ASEM*

*If the enterprise can't find investors or enough size of investments, it must use its own financial resources. In this context the improvement of the using of the current actives has an important and actual mean. From theoretical point of view, temporarily free money can be directed to the production development. In this article was analyzed possibility of some wine production enterprises from the South of Moldova to use intern resources instead of the compliment investments from the enterprise outside.*

În cadrul întreprinderilor vinicole din zona de sud a Republicii Moldova a fost întreprinsă o investigație pe tema gestionării capitalului circulant. Scopul cercetării a fost determinat de necesitatea identificării metodelor și mecanismelor de gestionare a capitalului circulant la aceste societăți comerciale.

La investigație au participat 10 întreprinderi ce reprezintă ramura vinicolă a sudului R.Moldova, printre care au fost fabricile de vin din astfel de localități rurale ca Kirsovo, Cioc-Maidan, Ferapotievca, Tomai, Burlachi, Baurci, Ciadâr-Lunga, or.Comrat. 50% dintre acestea sunt societăți pe acțiuni și 50% – societăți cu răspundere limitată.

Ținând cont de numărul mic de întreprinderi participante la cercetare, răspunsurile obținute ca rezultat nu pot fi examinate ca absolut corecte. Ele pot constitui doar o imagine generală a metodelor de control ale capitalului circulant, utilizate în întreprinderile moldovenești. Ulterior se preconizează extinderea numărului întreprinderilor chestionate pe această temă în scopul confirmării răspunsurilor obținute recent.

Anchetarea efectuată printre directorii financiari și conducătorii fabricilor vinicole a făcut posibilă evidențierea metodelor de bază ale gestionării capitalului circulant, aplicate de către întreprinderi (vezi tab.1).

**Tabelul 1**  
**Cele mai utilizate metode ale controlului capitalului circulant**

Metoda de control a capitalului circulant	Procentul întreprinderilor, %
Calculul și analiza coeficienților financiari	30
Planificarea, controlul și analiza datoriei debitoare	50
Controlul datoriei de debitor	100
Planificarea și controlul rezervelor producției finite	
Metodele de control nu se utilizează	50

*Rezultatele analizei administrării creanțelor demonstrează:*

- 60% dintre participanții la investigația întreprinderilor acordă reduceri cumpărătorilor în funcție de termenele de plată;

- 40% dintre întreprinderi leagă termenele de plată a producției livrate de volumul acesteia;
- 40% dintre toate întreprinderile cercetate controlează volumul creanțelor;
- 60% dintre întreprinderi promovează o politică riguroasă în vederea gestionării creanțelor.

Conform bilanțului investigației, 50% dintre toate întreprinderile investigate, de asemenea, aplică și alte metode de promovare a politicilor de gestionare a creanțelor, cum ar fi verificarea:

- achizițiilor după fiecare grupă de mărfuri;
- nivelului critic al creanțelor fiecărui debitor.

În anchete, directorilor financiari ai fabricilor de vin li se puneă întrebarea despre metodele de influență aplicate asupra creanțelor. *Din răspunsuri a devenit cunoscut faptul că:*

- 40% dintre întreprinderi, în cazul nerespectării de către debitori a obligațiilor asumate, utilizează sancțiunile de amendare și se adresează pentru ajutor la judecata de arbitraj;
- 100% sistează prestarea serviciilor conform contractelor încheiate;
- 60% modifică condițiile de plată stipulate anterior (trecerea la plata parțială completă sau incompletă la procurarea producției de către clienți).

Paralel cu întrebarea privind gestionarea creanțelor, în anchetă a fost propusă și o întrebare privind metodele de management ale acestor creanțe. În consecință, s-a dovedit că toate întreprinderile chestionate aplică metodele de gestionare a creanțelor prezentate în tab.2.

*În ceea ce privește sursele capitalului de împrumut, folosite de către întreprinderi, rezultatele investigației au demonstrat că:*

- 100% dintre întreprinderi utilizează creditele bancare;
- 100% folosesc în calitate de sursă creanța;
- 70% vând producția pentru o plată preventivă;
- 10% utilizează alte surse ale capitalului de împrumut, printre care mijloacele investitorilor.

Tabelul 2

## Metodele de gestionare a creanțelor

Metodele de admin. a datoriei de debitor	Procentul întreprinderilor, %
Negocieri permanente cu furnizorii despre condițiile livrării	80
Selectarea furnizorilor cu respectivele condiții de plată	40
Majorarea creditului comercial și a termenului de amânare a plății din partea furnizorului în baza determinării volumului achizițiilor lunare	40
Trecerea la plata furnizorilor după realizarea producției	40
Obținerea reducerilor la volumul de producție achiziționat pe o anumită perioadă de timp	40

La întrebarea despre suficiența capitalului propriu în structura capitalului, directorii financiari au răspuns astfel:

- 10% dintre întreprinderi au considerat necesară și suficientă cota capitalului propriu în pasive egală cu 50%;
- 70% dintre întreprinderi consideră că cota capitalului propriu poate fi nu mai mare de 40%.

În urma investigațiilor efectuate privind ponderea capitalului propriu în structura capitalului deținut de către societățile comerciale vinicole, au fost obținute următoarele rezultate reflectate în tab.3.

Tabelul 3

## Cota capitalului propriu în structura capitalului

Cota capital. propriu în structura capitalului	Procentul întreprinderilor, %
Până la 50%	10%
Peste 50%	20%
30-40%	60%
Până la 30%	10%

Rezultatele obținute subestimează importanța unor astfel de indicatori ai stabilității financiare, cum ar fi:

- coeficientul dependenței financiare;
- coeficientul de manevrare a capitalului propriu.

Deci, nu se elaborează planuri de lungă durată cu privire la autonomia și stabilitatea financiară a întreprinderii în perspectivă.

*Ca rezultat al acestor investigații, am putea formula următoarele concluzii:*

În structura de personal a întreprinderilor-respondenți nu este inclusă o asemenea funcție, cum ar fi cea de manager financiar și, drept consecință, o parte din obligațiile acestuia sunt puse pe seama contabilului-șef, fapt care nu contribuie la promovarea unei politici consecvente de gestionare a creanțelor.

În final, vom menționa că problema prioritară cu care se confruntă astăzi unitățile economice vinicole din sudul Moldovei este determinată de necesitatea sporirii capacităților de producere ale acestora și a segmentelor de piață privind desfacerea. Acestea întreprind tentative de a soluționa problema respectivă fără analiza capacităților financiare disponibile.

## PROBLEME ALE CONTABILITĂȚII CONSUMURILOR PENTRU EXECUTAREA LUCRĂRILOR DE PROSPECȚIUNE GEOLOGICĂ ȘI A RESURSELOR NATURALE

*Prof. univ. dr. hab. Vasile BUCUR;  
Drd. Tatiana ȘEVCIUC, ASEM*

*They were studied some problems of the consumption accounting on the execution of the technological works of geological prospection and of the existent solid natural resources in the Republic of Moldova.*

*They were researched diverse versions: without the recognizing of the natural resources as property elements with the recognizing of these ones on the entire contracted area or on the separated sectors of this plot, as well as in the conditions of buying of natural resources.*

Examinarea surselor de literatură în domeniu ne permite să menționăm lipsa investigațiilor aferente contabilității resurselor naturale și a consumurilor condiționate de pregătirea acestora spre exploatare în Republica Moldova.

Luând în considerare că resursele naturale, conform Constituției R.Moldova și Codului Civil se află în posesia statului, iar unele întreprinderi, în diferite circumstanțe, au devenit proprietari ai unor resurse, propunem următoarele variante care determină modul de contabilizare a resurselor în cauză:

1. Întreprinderea procură de la stat dreptul de extragere a resurselor naturale și:

- a) nu înregistrează la intrări resursele naturale ca elemente patrimoniale, deoarece ele nu sunt cumpărate;
- b) înregistrează resursele naturale pe sectoare sau întregul teren contractat după efectuarea lucrărilor de investigații (prospecțiuni) și/sau de decopertare.

2. Întreprinderea procură dreptul de explorare și extragere a resurselor naturale concomitent și volumul acestora, fiind înregistrat în componența elementelor patrimoniale.

În articolul dat sunt abordate problemele aferente contabilității resurselor naturale în formă solidă ca granit, piatră brută de construcție, de var, pietriș, nisip etc. Să examinăm contabilitatea consumurilor la executarea lucrărilor de prospecțiune și resurselor naturale aferente în funcție de variantele enunțate.

**Varianta 1 (a):** întreprinderea procură dreptul de extragere a resurselor naturale fără a le înregistra la intrări ca elemente patrimoniale.

În această variantă, la fel ca și în toate variantele fără excepție, întreprinderea ce intenționează să extragă resurse naturale (nisip, argilă, prundiș, pietriș, piatră de var, de construcție, granit), procură licența pe cinci ani, care-i oferă dreptul la explorarea și extragerea resurselor naturale. Acest drept în literatura de specialitate (5, 4, S.N.C. 13 Contabilitatea activelor nemateriale // „Contabilitate și audit”, Chișinău, nr.1, 200; Belverd E., Needles I., Henri R., Anderson, James

C., Coldwele A. "Principiile de bază ale contabilității", Editura ARC, Chișinău, 2003, p. 519) se califică ca activ nematerial în baza căruia posesorul acestui drept desfășoară activitatea sa. Anume în acest sens este tratat dreptul ce rezultă din utilizarea licenței enunțate. Astfel, se consideră că dreptul în cauză are o destinație generală, deoarece în baza lui întreprinderea desfășoară activitatea sa de producție. Dreptul în cauză nu este interconexat cu alte active nemateriale și/sau materiale, din care motiv se reflectă în componența activelor nemateriale antrenate în circuitul economic al întreprinderii – posesor de licență.

Începând cu luna ulterioară lunii procurării licenței, întreprinderea calculează amortizarea dreptului de utilizare a acesteia pe întreaga durată de utilizare, fiind atașată la cheltuielile generale și administrative, indiferent dacă a contribuit acest drept la obținerea avantajelor economice în mod direct sau nu. În opinia noastră, această modalitate de soluționare a problemei în cauză este corectă în cazul altor întreprinderi, numai nu și pentru cele care intenționează să extragă resurse naturale. Pentru aceste întreprinderi soluționarea problemei formulate ca și la alte întreprinderi este dubioasă din următoarele motive:

- a) în primul rând, dreptul de utilizare a licenței în cauză are o destinație directă, bine identificată – de a extrage resursa naturală concretă – pietriș, piatră brută, de construcție, de var etc.;
- b) în al doilea rând, luând în considerare conținutul p. (a), calcularea amortizării dreptului la extragerea resurselor naturale este necesar de început în luna în care se începe extragerea acestor resurse, în baza respectării prevederilor principiului concordanței;
- c) în al treilea rând, luând în considerare conținutul p. (b), nu există nici un temei economic de a recunoaște dreptul de utilizare a licenței în componența activelor nemateriale în utilizare (antrenate în circuitul economic al întreprinderii) în momentul procurării licenței.

În baza celor expuse, este rațional ca dreptul de utilizare a licenței pentru extragerea unei resurse



naturale să fie recunoscut în componența activelor nemateriale în curs de execuție până ce întreprinderea nu va începe lucrările de extragere a zăcămintului din subsol. În luna, în care s-au început lucrările de extragere a resursei naturale, dreptul enunțat se propune să fie trecut în componența celor în utilizare. Din această lună este necesară calcularea amortizării dreptului în cauză, fiind atașată nu la cheltuielile generale și administrative, dar la consumurile de explorare (extragere) a resurselor dobândite. Considerăm că această modalitate de contabilizare a dreptului de utilizare a licenței pentru extragerea resurselor naturale la întreprinderile din această ramură și amortizarea acesteia mai corect corespunde naturii economice și destinației elementului de active nemateriale în cauză.

Este evidențiată și o altă latură a problemei abordate. Durata dreptului de utilizare a licenței, deși juridic este stabilită pe 5 ani, amortizarea este rațional să fie calculată în raport cu volumul de resurse efectiv extrase în perioada aceasta. Volumul potențial de resurse trebuie să fie calculat în funcție de perioada rămasă începând cu luna în care se încep lucrările de extragere și luna, și anul în care expiră termenul licenței. În cazul obținerii a două sau mai multe produse în procesul de extragere a resursei naturale, amortizarea dreptului în cauză poate fi repartizată în funcție de volumul acestora, exprimat în metri cubi. De exemplu, o întreprindere ce intenționează să extragă piatră brută în mod deschis a procurat licența ce oferă dreptul de extragere a acestei resurse pe 5 ani (septembrie 2007 – august 2012), achitând o taxă de 2500 lei. Lucrările de prospecțiune și de decopertare au durat 2 ani (septembrie 2007 – august 2009); începând cu septembrie 2009 până în august 2012 întreprinderea planifică să extragă:

- piatră brută în corp solid – 462000 m<sup>3</sup>,
- pietriș – 510000 m<sup>3</sup>, total 972000 m<sup>3</sup>.

Suma amortizării dreptului de utilizare a licenței la 1000 m<sup>3</sup> de resurse planificate constituie – 2,57 lei (2500 ÷ 972). În septembrie 2007 s-a extras: piatră brută în corp solid – 12800 m<sup>3</sup>, pietriș – 14200 m<sup>3</sup>. Astfel, suma amortizării dreptului de utilizare a licenței în octombrie 2007 va fi de 32,90 lei (12,8×2,57) pentru piatra brută în corp solid și 36,49 lei (14,2×2,57) pentru pietriș, total 69,39 lei (32,90+36,49).

Când întreprinderea de extragere a resursei naturale procură dreptul de utilizare a licenței pentru prelungirea acestui proces, durata de utilizare a dreptului în cauză poate să coincidă cu termenul de 5 ani, dacă procesul de extragere va continua fără a fi suspendat în timpul executării lucrărilor de decopertare. Considerăm că și în cazul extragerii închise a altor resurse naturale (petrol, gaze naturale, ape minerale potabile, curative etc.) este necesar de procedat în mod similar.

Acum să examinăm modul de contabilizare a consumurilor la executarea lucrărilor de prospecțiune

geologică și a resurselor naturale aferente. Trebuie recunoscut faptul că la întreprinderea ce intenționează să extragă resurse naturale respective, de regulă, nu există specialiști în domeniul executării lucrărilor de cercetare geografică și geologică a solului. Din această cauză întreprinderea recurge la serviciile persoanelor juridice și/sau fizice competente în domeniu. Astfel, apar decontări cu aceste persoane. Însă principala problemă în cazul dat constă în modul de contabilizare a consumurilor condiționate de executarea lucrărilor menționate. În opinia noastră, aceste consumuri este rațional de contabilizat preventiv în unul din conturile: 141 „Cheltuieli anticipate pe termen lung” – dacă perioada de la începutul lucrărilor de prospecțiune geografică a terenului de cercetat și până la finalizarea extragerii resursei naturale de pe acest teren depășește un an; 251 „Cheltuieli anticipate curente” – când această perioadă nu va depăși un an. Este evident că perioada respectivă va cuprinde și timpul necesar pentru executarea lucrărilor de decopertare (pregătirea resurselor naturale spre extragere). **Exemplu.** La întreprinderea „X” consumurile pentru executarea lucrărilor tehnologice de prospecțiune geologică a unui teren de către o întreprindere specializată constituie 300000 lei (fără TVA). Volumul zăcămintelor de piatră brută după executarea lucrărilor de decopertare este estimat în mărime de 1200000 m<sup>3</sup>. Întreprinderea „X” planifică să dobândească această resursă în timp de 10 ani, lucrările de investigații fiind începute la 1 februarie 2004. Lucrările de extragere a pietrei brute au fost începute la 1 aprilie 2007. În aprilie 2007 s-a extras piatră brută de 11200m<sup>3</sup>.

Respectând principiul concordanței și periodicității, problema în cauză va fi soluționată astfel. În acest scop întocmim următoarele calcule:

- determinăm cota- parte a consumurilor de prospecțiune geologică pe o lună:  
[300000÷(10×12)]=2500 lei;
- cota-parte a cheltuielilor pe termen lung ce trebuie să fie transferată în cheltuieli anticipate curente în 2007:  
2500×9=22500 lei;
- suma cheltuielilor anticipate curente ce urmează a fi recunoscută drept consumuri la extragerea pietrei brute în aprilie 2007:  
[(300000÷1200000)×11200]=2800 lei.

Înregistrările contabile aferente condițiilor exemplului și calculelor efectuate se propun a fi:

1. Reflectarea cheltuielilor în mărimea serviciilor prestate de către întreprinderea terță pentru executarea lucrărilor tehnologice de prospecțiune geologică:

Debit 141 „Cheltuieli anticipate pe termen lung” – la suma cheltuielilor fără TVA – 300000 lei.

Debit 534 „Datorii privind decontările cu bugetul” – la suma TVA – 60000 lei.

Credit 521 "Datorii pe termen scurt privind facturile comerciale", 539 „Alte datorii pe termen scurt” (sau alte conturi) – 360000 lei.

Această înregistrare contabilă va fi întocmită la sumele parțiale pe întreaga perioadă de executare a lucrărilor, acumulând mărimea totală a cheltuielilor în cauză. Ele vor fi contabilizate ca sold în acest cont până nu vor fi executate lucrările de decopertare. La sfârșitul lucrărilor de decopertare (începutul lucrărilor de extragere a resursei naturale), la 1 aprilie, anul al patrulea, va urma:

2. Transferarea cotei-părți a cheltuielilor anticipate pe termen lung în cheltuieli anticipate curente:

Debit 251 „Cheltuieli anticipate curente” – 22500 lei

Credit 141 „Cheltuieli anticipate pe termen lung” – 22500 lei.

*Drept argumente economice ale acestor înregistrări contabile servesc principiile:*

- lichiditatea activelor, care ne obligă să reflectăm cheltuielile și activele în funcție de gradul posibilității întreprinderii de a le transforma în mijloace bănești, luând în considerare perioada de realizare a acestei transformări (din aceste considerente suma de 300000 lei se recunoaște ca cheltuieli anticipate pe termen lung și numai la 1 aprilie 2007 (al patrulea an de activitate) suma de 22500 lei se recunoaște drept cheltuieli anticipate curente);
- concordanța și periodicitatea, care prevăd cheltuielile să fie recunoscute în acea mărime în care au contribuit la obținerea venitului în operația respectivă și în acea perioadă în care au fost câștigate. Astfel, în aprilie 2007 va urma:

3. Atașarea cotei-părți a cheltuielilor anticipate curente la consumurile pentru extragerea pietrei brute:

Debit 811 „Activități de bază” – 2800 lei

Credit 251 „Cheltuieli anticipate curente” – 2800 lei.

Această înregistrare contabilă va urma în fiecare lună și la aceeași sumă. La 31 decembrie 2007 (primul de extragere a zăcămintului natural) va urma înregistrarea contabilă la suma de 30000 lei (2500×12):

4. Transferarea cotei-părți a cheltuielilor anticipate pe termen lung în cheltuieli anticipate curente pe anul gestionar ulterior:

Debit contul 251 „Cheltuieli anticipate curente” – 30000,

Credit contul 141 „Cheltuieli anticipate pe termen lung” – 30000.

Cum se vede în varianta expusă, resursele naturale nu sunt contabilizate, deoarece n-au fost procurate, respectiv înregistrate în componența elementelor patrimoniale ale întreprinderii.

**Varianta 1(b).** Întreprinderea înregistrează resursele naturale pe sectoare sau pe întregul teren con-

tractat după executarea lucrărilor de prospecțiune și/sau de decopertare. Această variantă în mod direct ne este propusă de Codul fiscal al Republicii Moldova. Prin urmare, conform art.29 al acestui act normativ, cheltuielile legate de explorarea și exploatarea zăcămintelor de resurse naturale suportate până la începutul exploatarei, precum și cheltuielile aferente ale dobânzilor se reflectă la creșterea valorii resurselor naturale.

Această situație necesită recunoașterea resurselor naturale. Apare însă problema: care va fi momentul de recunoaștere? Doar întreprinderea ce intenționează să le extragă nu le-a plătit și nici nu urmează să le plătească. Examinarea problemei în cauză ne-a permis să evidențiem *stabilirea momentului de recunoaștere a zăcămintelor naturale date:*

- finalizarea lucrărilor tehnologice de prospecțiune (dacă specialiștii determină volumul acestora ca rezultat al executării acestor lucrări);
- finalizarea lucrărilor de decopertare pe întregul teren contractat (dacă volumul resurselor naturale va fi determinat pe acest teren);
- finalizarea lucrărilor de decopertare a sectorului (segmentului) respectiv din terenul contractat (când volumul resurselor va fi determinat pe fiecare sector aparte).

*Să examinăm aceste cazuri:*

Fie că volumul resurselor naturale este determinat pe întregul teren contractat la data finisării lucrărilor de prospecțiune geologică. În această condiție, zăcămintele naturale nu trebuie să fie recunoscute drept active materiale pe termen lung în exploatare. Doar după lucrările de investigații urmează lucrările de decopertare ce în funcție de caz pot să dureze 1 – 3 ani. În cazul dat considerăm că este necesar de a soluționa problema în baza criteriilor de recunoaștere a activelor materiale pe termen lung (ele trebuie să fie identificate, controlate de către întreprindere, pregătite de a obține avantaje economice; valoarea acestora cu certitudine poate fi determinată).

Însă în cazul dat respectarea acestor criterii nu este suficientă de a recunoaște resursele naturale în categoria celor în exploatare, deoarece momentul obținerii avantajelor economice va sosi începând cu data finisării lucrărilor de decopertare. În acest context, zăcămintele naturale determinate la momentul finisării lucrărilor tehnologice de prospecțiune este rațional să fie recunoscute drept resurse naturale în curs de execuție. Actualmente, în planul de conturi lipsește un atare cont sintetic sau subcont din componența unui alt cont. Însă necesitatea lui este indiscutabilă. Această funcție ar putea s-o execute contul 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare”.

În debitul acestui cont este rațională contabilizarea tuturor consumurilor condiționate de executarea lucrărilor tehnologice de prospecțiune și de decopertare a terenului până la începutul operațiunilor de ex-

tragere a resurselor naturale, iar în creditul acestuia – costul efectiv (valoarea de intrare), volumul acestor resurse și costul materialelor utilizate obținute din executarea lucrărilor de decopertare.

Este posibil de utilizat și contul 121 „Active materiale în curs de execuție” cu distingerea unui subcont, de exemplu 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare”.

În contul 127 sau subcontul 1217 este rațional de contabilizat și cheltuielile de împrumut conform SNC 23 „Cheltuieli privind împrumuturile”, deoarece resursele naturale reprezintă active calificate.

**Exemplu.** Să completăm condițiile exemplului precedent. Fie că consumurile pentru executarea lucrărilor de decopertare<sup>1</sup> constituie 5600000 lei. La 1 martie 2005 întreprinderea „X” a beneficiat de un credit pe 3 ani în sumă de 500000 lei cu dobânda anuală de 15%. În scopul simplificării calculelor admitem că suma creditului nu a fost eșalonată și, respectiv, creditul a fost rambursat integral la timp peste 3 ani, iar rata dobânzii nu a fost modificată.

Conform acestor date, dobânda lunară va constitui 6250 lei  $[(0,15 \times 500000) \div 12]$ , care urmează a fi contabilizată (inclusă în costul resurselor naturale care vor fi pregătite spre extragere). Suma totală a dobânzii spre capitalizare va fi de 156250 lei  $[(6250 \times 10) + (6250 \times 3)]$ .

Deși dobânda în mărime de 68750 lei  $(6250 \times 9 + 6250 \times 2)$  va fi calculată băncii spre achitare până la 1 martie 2008, în perioada 1 aprilie 2007-1 martie 2008 ea nu va fi capitalizată, deoarece activul (resursa naturală) va fi trecut în categoria activelor în exploatare (în situația recunoașterii și înregistrării la intrări a resurselor naturale pe fiecare sector: perioada și suma cheltuielilor de împrumut, de capitalizare se vor calcula în limita termenului de scadență a creditului (împrumutului)).

*Luând în considerare condițiile și calculele efectuate, se propun următoarele înregistrări contabile:*

1. Reflectarea consumurilor pentru executarea lucrărilor de prospecțiune:

Debit 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare” – 300000 lei.

Debit 534 „Datorii privind decontările cu bugetul” – 60000 lei.

Credit 521 „Datorii pe termen scurt privind facturile comerciale”, 539 „Alte datorii pe termen scurt” sau alt cont – 360000 lei.

2. Înregistrarea consumurilor aferente lucrărilor de decopertare a terenului (se reflectă lunar suma respectivă pe întreaga perioadă a lucrărilor de decopertare):

Debit 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare” – 5600000 lei.

Credit 211 „Materiale”, 531 „Datorii față de personal privind retribuirea muncii”, 533 „Datorii privind asigurările”, 535 „Datorii preliminate” etc., 521 „Datorii pe termen scurt privind facturile comerciale” ș.a. conturi – 5600000 lei.

3. Reflectarea dobânzii calculate pe 3 ani aferente creditului beneficiat (suma respectivă se reflectă lunar):

Debit 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare” – la suma dobânzii capitalizate (atașate la majorarea valorii resurselor naturale) – 156250 lei.

Debit 714 „Alte cheltuieli operaționale” – la suma dobânzii necapitalizată – 68750 lei.

Credit 511 „Credite bancare pe termen scurt” – 225000 lei.

4. Înregistrarea la intrări a resurselor naturale – 6056250 lei  $(300000 + 5600000 + 156250)$ :

Debit 125 „Resurse naturale” – 6056250 lei.

Credit 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare” – 6056250 lei.

Începând cu aprilie 2007, întreprinderea va calcula lunar epuizarea resursei naturale. Anterior, se determină cota epuizării ce revine la 1 m<sup>3</sup> de resurse: 5,05 lei  $(6056250 \div 1200000)$ . Suma epuizării aferente lunii aprilie 2007 va constitui 56560 lei  $(5,05 \times 11200)$ . Astfel, va urma înregistrarea contabilă:

5. Calcularea epuizării resursei naturale:

Debit 811 „Activități de bază” – 56560 lei.

Credit 126 „Epuizarea resurselor naturale” – 56560 lei.

Este rațional ca resursele naturale să fie înregistrate la intrări după finisarea lucrărilor de decopertare chiar și în cazul în care volumul lor este determinat la momentul finisării lucrărilor de prospecțiune geologică. În mod similar se propune de procedat și în cazul în care lucrările tehnologice de prospecțiune și de decopertare sunt executate pe sectoarele terenului contractat.

Este posibilă și o altă situație. Lucrările tehnologice de prospecțiune geologică și estimarea volumului resurselor naturale sunt efectuate integral pe întregul teren contractat, iar lucrările de decopertare – pe fiecare sector aparte. În acest caz, drept moment de

<sup>1</sup> În acest articol contabilitatea consumurilor aferente lucrărilor de decopertare a terenului (sectorului) nu se examinează.

recunoaștere inițială a resurselor naturale în exploatare va fi momentul finisării lucrărilor de decopertare a fiecărui sector. Resursele naturale spre exploatare vor fi recunoscute în mod succesiv pe măsura pregătirii spre exploatare a fiecărui sector al terenului cu resurse naturale.

În contextul celor expuse, se propune următorul mod de contabilizare a resurselor naturale: Consumurile pentru executarea lucrărilor de prospecțiune vor fi reflectate în contul 141 „Cheltuieli anticipate pe termen lung”. Cota-parte a consumurilor acumulate în acest cont va fi decontată în debitul contului 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare”, după executarea lucrărilor de decopertare a fiecărui sector de resurse naturale. Suma decontată va fi determinată în raport cu volumul resurselor naturale spre exploatare din sectorul decopertat.

*De exemplu:* Completând condițiile exemplului precedente, fie că terenul contractat este divizat în 4 sectoare. Volumul resurselor naturale estimate pe primul sector constituie 260000 m<sup>3</sup>, consumurile de decopertare a acestui sector – 1280000 lei, dobânda capitalizată – 42000 lei.

Este evident că consumurile de decopertare pe fiecare sector de resurse naturale din terenul contractat vor fi acumulate în debitul contului 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare”. Consumurile condiționate de executarea lucrărilor tehnologice de prospecțiune geologică (geografică) în mărime de 300000 lei, deoarece sunt comune pentru toate 4 sectoare, preventiv vor fi contabilizate în contul 141 „Cheltuieli anticipate pe termen lung”. Ulterior, pe măsura finisării lucrărilor de decopertare a fiecărui sector, suma consumurilor de prospecțiune aferentă volumului resurselor naturale a primului sector (și fiecărui ulterior sector) se propune să fie atașată la costul acestor resurse. Conform exemplului dat, această sumă constituie 65000 lei  $[(300000 \div 1200000) \times 260000]$ . Astfel, va fi întocmită înregistrarea contabilă:

Debit 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare” – 65000 lei.

Credit 141 „Cheltuieli anticipate pe termen lung” – 65000 lei.

Costul (valoarea de intrare) a resurselor naturale din primul sector cu volumul de 260000 m<sup>3</sup>, înregistrat la intrări în contul 125 „Resurse naturale”, este de 1387000 lei (65000+1280000+42000). Din această valoare se va determina epuizarea lunară a acestor resurse în raport cu volumul efectiv extras.

*Varianta 2.* Întreprinderea procură dreptul de exploatare și extragere a resurselor naturale concomitent și volumul acestora ca elemente patrimoniale.

În acest caz, valoarea de cumpărare a resurselor naturale procurate cu toate consumurile condiționate de achiziția acestora se propune să fie contabilizate în contul 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare”. Ulterior, modul de contabilizare a consumurilor aferente pregătirii resurselor procurate spre exploatare este determinat de situația creată la întreprindere: dacă lucrările tehnologice de prospecțiune au fost executate până la procurare, atunci consumurile aferente acestor lucrări nu vor fi reflectate, deoarece vânzătorul resurselor le-a inclus în cost. Când lucrările enunțate vor fi suportate de întreprinderea-cumpărător de resurse, consumurile aferente vor fi contabilizate în contul 141 „Cheltuieli anticipate pe termen lung” (dacă ele devin comune pentru sectoarele terenului contractat) sau în contul 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare” – când aceste lucrări se execută pe fiecare sector separat.

Consumurile de decopertare vor fi contabilizate preventiv în contul 127 „Consumuri pentru pregătirea resurselor naturale spre exploatare” sau contul 121 „Active materiale în curs de execuție”, subcontul 1217 „Consumuri privind pregătirea resurselor naturale spre exploatare” în modul expus mai sus, în contrapartidă cu conturile aferente în funcție de tipul consumurilor, luând în considerare lucrările de decopertare executate pe întregul teren contractat sau pe fiecare sector separat. În mod similar vor fi înregistrate la intrări resursele naturale în exploatare. Adecvat va fi calculată epuizarea resurselor naturale aferentă volumului efectiv extras sau pe întregul teren contractat, sau pe fiecare sector decopertat al acestui teren.

#### Bibliografie:

1. Codul Fiscal al Republicii Moldova // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 80182 din 12.07.2006 (cu modificările și completările ulterioare)
2. Codul Civil al Republicii Moldova // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 82-86 / 661 din 22.06.2002 (cu modificările și completările ulterioare)

3. Codul subsolului nr. 1511-XII din 15.06.1993 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 57-58/ 515 din 04.09.1997 (cu modificările și completările ulterioare)
4. Nederița A. *Corespondența conturilor contabile*, Chișinău, „Contabilitate și audit”, 2007, p.35
5. Colectiv de autori, coordonator A. Nederița, *Contabilitate financiară*, ASEM, Chișinău, 2003, p.33

## IMPORTANȚA RAPORTĂRILOR FINANCIARE PENTRU DEZVOLTAREA ECONOMICĂ A ȚĂRII

*Lector univ. dr. Constantin CUCOȘEL,  
Universitatea de Nord Baia Mare, România*

*The issue of the relation between accountancy and the fiscal system is a subject that has been often debated in specialized literature. In a company, accountancy is meant to be a tool for analyzing and administrating the state of the patrimony, of the financial statement, and of the result achieved. But taking into account the fact that a company is part and parcel of the market economy, its accountancy will be carried out based on the interests of external users, one of them being the state.*

Prin intermediul sistemului fiscal, statul este preocupat să fixeze o serie de reguli fiscale privind determinarea bazelor de impozitare, reguli care au menirea atât de a stimula activitatea agenților economici, cât și de a o inhiba. Conducătorii întreprinderilor sunt puși în situația de a alege între prezentarea imaginii fidele și dorința de a optimiza costul fiscal. Adoptarea unei soluții din punct de vedere contabil atrage după sine penalizări fiscale.

Teoretic, putem vorbi despre o așa-zisă „poluare a contabilității de către fiscalitate”, problemă care, așa cum susțin specialiștii în domeniu, ar putea fi rezolvată printr-o manieră gestionară, iar întreprinderea, așa cum dispune de o gestiune financiară sau comercială, ar trebui să organizeze și o gestiune fiscală.

Impactul fiscalității asupra contabilității diferă de la o țară la alta în funcție de implicarea statului în normalizarea contabilă. Reforma contabilității în România, prin crearea Cadrelor generale privind prezentarea situațiilor financiare în concordanță cu Directiva a IV-a și cu Standardele Internaționale de Contabilitate, poate crea în viitor premisele unui drept contabil autonom care să clarifice, fără a polua conturile, divergențele impuse de dreptul fiscal.

Contabilitatea din țara noastră, ca și contabilitatea altor țări, este conectată la fiscalitate, neîntocmindu-se un bilanț fiscal, destinat fiscoi pentru impunere, și un bilanț contabil, destinat altor terți și nevoilor proprii de informare, care să nu țină cont de constrângerile fiscale.

Există însă unele țări în care contabilitatea este deconectată de fiscalitate și unde contabilizarea unei obligații fiscale ridică unele probleme, deoarece calculul rezultatului impozabil este diferit de cel utilizat în contabilitate, de unde rezultă necesitatea clarificării tratamentului contabil aferent diferențelor dintre rezultatul contabil și rezultatul impozabil; în această situație, pentru determinarea rezultatului impozabil

trebuie luat în considerare impactul **diferențelor temporare**.

Potrivit Legii contabilității nr. 82/1991, republicată, societățile comerciale, societățile/companiile naționale, regiile autonome, institutele naționale de cercetare-dezvoltare, societățile cooperatiste și celelalte persoane juridice au obligația să întocmească **situații financiare anuale**, care sunt documente oficiale de prezentare a situației economico-financiare a acestora și care trebuie să ofere o imagine fidelă a poziției financiare, a performanței financiare și a celorlalte informații referitoare la activitatea desfășurată.

Persoanele juridice, care la data bilanțului depășesc limitele a două dintre următoarele 3 criterii, denumite în continuare criterii de mărime:

- total active: 3.650.000 euro;
- cifra de afaceri netă: 7.300.000 euro;
- numărul mediu de salariați în cursul exercițiului financiar: 50, întocmesc situații financiare anuale care cuprind:
  - bilanțul;
  - contul de profit și pierdere;
  - situația modificărilor capitalului propriu;
  - situația fluxurilor de trezorerie;
  - notele explicative la situațiile financiare anuale.

Persoanele juridice, care la data bilanțului nu depășesc limitele a două dintre criteriile de mărime sus-menționate, întocmesc situații financiare anuale simplificate care cuprind:

- bilanț prescurtat;
- cont de profit și pierdere;
- note explicative la situațiile financiare anuale simplificate.

Opțional, ele pot întocmi situația modificărilor capitalului propriu și/sau situația fluxurilor de trezorerie.



Situațiile financiare anuale trebuie însoțite de o declarație scrisă de asumare a răspunderii conducerii persoanei juridice pentru întocmirea situațiilor financiare anuale în conformitate cu Reglementările contabile conforme cu Directiva a IV-a a Comunităților Economice Europene.

Persoanele juridice care au întocmit situații financiare anuale simplificate vor întocmi situațiile financiare anuale prevăzute în alin. (1) numai dacă în două exerciții financiare consecutive depășesc limitele a două dintre cele 3 criterii de mărime prezentate. Persoanele juridice care au întocmit situațiile financiare anuale prevăzute în alin. (1) vor întocmi situații financiare anuale simplificate numai dacă în două exerciții financiare consecutive nu depășesc limitele a două dintre cele 3 criterii de mărime.

Elementele prezentate în situațiile financiare anuale se evaluează în conformitate cu **principiile contabile generale** prevăzute de O.M.F.P. nr. 1752/2005, conform contabilității de angajamente. Astfel, efectele tranzacțiilor și ale altor evenimente sunt recunoscute atunci când tranzacțiile și evenimentele se produc (și nu pe măsură ce trezoreria sau echivalentul său este încasat sau plătit) și sunt înregistrate în contabilitate și raportate la situațiile financiare ale perioadelor aferente.

*Aceste principii sunt:*

- Principiul continuității activității;
- Principiul permanenței metodelor;
- Principiul prudenței;
- Principiul independenței exercițiului;
- Principiul evaluării separate a elementelor de activ și de datorii;
- Principiul intangibilității;
- Principiul necompensării;
- Principiul prevalenței economicului asupra juridicului;
- Principiul pragului de semnificație.

Abateri de la principiile contabile generale enunțate pot fi efectuate în cazuri excepționale. Orice astfel de abateri trebuie prezentate în notele explicative, precum și motivele care le-au determinat, împreună cu o evaluare a efectului acestora asupra activelor, datoriilor, poziției financiare și a profitului sau pierderii.

**Notele explicative** la situațiile financiare anuale trebuie:

- a) să prezinte informații despre reglementările contabile care au stat la baza întocmirii situațiilor financiare anuale și despre politicile contabile folosite;
- b) să ofere informații suplimentare care nu sunt prezentate în bilanț, contul de profit și pierdere și, după caz, în situația modificărilor capitalurilor proprii și/sau situația fluxurilor de trezorerie, dar sunt relevante pentru înțelegerea oricăror dintre acestea.

**Politicile contabile** reprezintă principiile, bazele, convențiile, regulile și practicile specifice aplicate de

o entitate la întocmirea și prezentarea situațiilor financiare anuale. Conducerea fiecărei entități trebuie să stabilească politici contabile pentru operațiunile derulate. Aceste politici trebuie elaborate, având în vedere specificul activității, de către specialiști în domeniul economic și tehnic, cunoscători ai activității desfășurate și ai strategiei adoptate de entitate.

La elaborarea politicilor contabile trebuie respectate principiile contabile generale prezentate și ele trebuie elaborate astfel încât să se asigure furnizarea, prin situațiile financiare anuale, a unor informații care trebuie să fie:

- a) relevante pentru nevoile utilizatorilor în luarea deciziilor; și
- b) *credibile în sensul că:* reprezintă fidel activele, datoriile, poziția financiară și profitul sau pierderea entității; sunt neutre; sunt prudente; sunt complete sub toate aspectele semnificative.

Modificarea politicilor contabile este permisă doar dacă este cerută de lege sau are ca rezultat informații mai relevante sau mai credibile referitoare la operațiunile entității.

Entitățile trebuie să menționeze în notele explicative orice modificări ale politicilor contabile, pentru ca utilizatorii să poată aprecia dacă noua politică contabilă a fost aleasă în mod adecvat, precum și efectul modificării asupra rezultatelor raportate ale perioadei și tendința reală a rezultatelor activității entității.

Notele explicative se prezintă sistematic. Pentru fiecare element semnificativ din situațiile financiare anuale trebuie să existe informații aferente în notele explicative. Acestea trebuie să cuprindă informații privind metodele de evaluare aplicate diferitelor elemente din situațiile financiare anuale și metodele utilizate pentru calcularea ajustărilor de valoare. Pentru elementele incluse în situațiile financiare anuale, care sunt sau au fost inițial exprimate în monedă străină (valută), trebuie prezentate bazele de conversie utilizate pentru a le exprima în moneda națională.

Consiliul de administrație elaborează pentru fiecare exercițiu financiar un raport, denumit **raportul administratorilor**, care cuprinde cel puțin o prezentare fidelă a dezvoltării și performanței activităților entității și a poziției sale financiare, împreună cu o descriere a principalelor riscuri și incertitudini cu care se confruntă. Această prezentare este o analiză echilibrată și cuprinzătoare a dezvoltării și performanței activităților entității și a poziției sale financiare, corelată cu dimensiunea și complexitatea activităților.

În măsura în care este necesară înțelegerea dezvoltării entității, performanței sau a poziției sale financiare, analiza cuprinde indicatori financiari și, atunci când este cazul, indicatori nefinanciari-cheie de performanță, relevanți pentru activități specifice, inclusiv informații despre aspecte privind mediul înconjurător și angajații. În furnizarea analizei sale, raportul administratorilor include, atunci când este cazul, referiri

și explicații suplimentare privind sumele raportate în situațiile financiare anuale.

Scopul acestor prezentări este de a furniza informații care să ajute la perceperea mai bună a impactului instrumentelor financiare bilanțiere sau extra-bilanțiere asupra situației financiare a unei entități, rezultatelor activității ei și fluxurilor de trezorerie și la evaluarea sumelor, momentului apariției și gradului de siguranță a fluxurilor de trezorerie viitoare asociate cu acele instrumente.

Prezentările solicitate oferă informații pentru a-i ajuta pe utilizatorii situațiilor financiare în evaluarea gradului de risc aferent instrumentelor financiare, recunoscute sau nu în bilanț. O entitate trebuie să prezinte obiectivele și politicile de gestionare a riscului, inclusiv politicile de acoperire a acestuia.

Raportul administratorilor se aprobă de consiliul de administrație și se semnează în numele acestuia de președintele consiliului.

Situațiile financiare anuale ale entităților se **auditează** de către una sau mai multe persoane fizice sau juridice autorizate în condițiile legii. Auditorii financiari își exprimă o opinie referitoare la gradul de conformitate a raportului administratorilor la

situațiile financiare anuale pentru același exercițiu financiar.

Situațiile financiare au înscrise clar numele și prenumele persoanei care le-a întocmit, calitatea acestora (director economic, contabil-șef sau altă persoană împuternicită să îndeplinească această funcție, expert contabil, contabil autorizat), precum și numărul de înregistrare în organismul profesional, dacă este cazul.

Situațiile financiare anuale, însoțite de raportul administratorilor pentru exercițiul financiar în cauză, sunt supuse **aprobării adunării generale** a acționarilor sau asociaților, potrivit legislației în vigoare. Situațiile financiare anuale, aprobate în mod corespunzător, și raportul administratorilor, împreună cu raportul de audit sau raportul de verificare, după caz, se **publică** în conformitate cu legislația în vigoare.

Împreună cu situațiile financiare anuale trebuie publicată propunerea de distribuire a profitului sau de acoperire a pierderii contabile. Distribuirea profitului sau acoperirea pierderii contabile se prezintă în notele explicative.

Pentru asigurarea informațiilor destinate sistemului instituțional al statului, Ministerul Finanțelor Publice poate solicita entităților depunerea unor seturi de informații la unitățile sale teritoriale.

#### Bibliografie:

1. Legea contabilității nr. 82/1991, republicată în Monitorul Oficial nr. 48 din 14 ianuarie 2005.
2. O.M.F.P. nr. 1752/2005 pentru aprobarea reglementărilor contabile conforme cu directivele europene, publicat în Monitorul Oficial nr. 1080 și 1080 bis din 30 noiembrie 2005, care a intrat în vigoare începând cu 1 ianuarie 2006.
3. Revista „Contabilitatea, expertiza și auditul afacerilor”, editor: Corpul Experților Contabili și Contabililor Autorizați din România (CECCAR), pe perioada 2005-2007.

## CRITERII DE CALCUL AL INDICELUI DEPRECIERII ACTIVEI PE TERMEN LUNG

*Lect. sup. dr. Aliona BÎRCĂ, ASEM*

*Depreciation index is the indicator that reflects the degree of entering value decrease of an asset.*

*The way of its determination is calculated in terms of the asset destination:*

- *if the asset is for the purpose of selling-market value;*
- *if the asset is used in the economic activity-utility value.*

*Utility value is an estimate value and it must be actualized.*

Una din caracteristicile negative ale activelor este pierderea în timp și treptată a valorii de utilitate și, totodată, a potențialului economic. Acest fenomen se numește depreciere. Deprecierea, potrivit Dicționarului Explicativ al Limbii Române, este considerată ca o minimalizare a valorii unui obiect. Din punct de vedere contabil, deprecierea este recunoscută numai în situațiile în care valoarea existentă este mai mică decât cea reală.

În **IAS 36 „Deprecierea activelor”** se preconizează ca întreprinderea trebuie să verifice de fiecare dată,

la întocmirea bilanțului contabil, dacă nu există vreun indice potrivit căruia un activ poate fi depreciat și dacă acesta există, este necesară stabilirea valorii recuperabile a activului. De asemenea, **IAS 34 „Raportele financiare interimare”** cere ca întreprinderea să verifice dacă nu există vreun indice de depreciere la data oricărei situații financiare, îndeosebi depreciere semnificative.

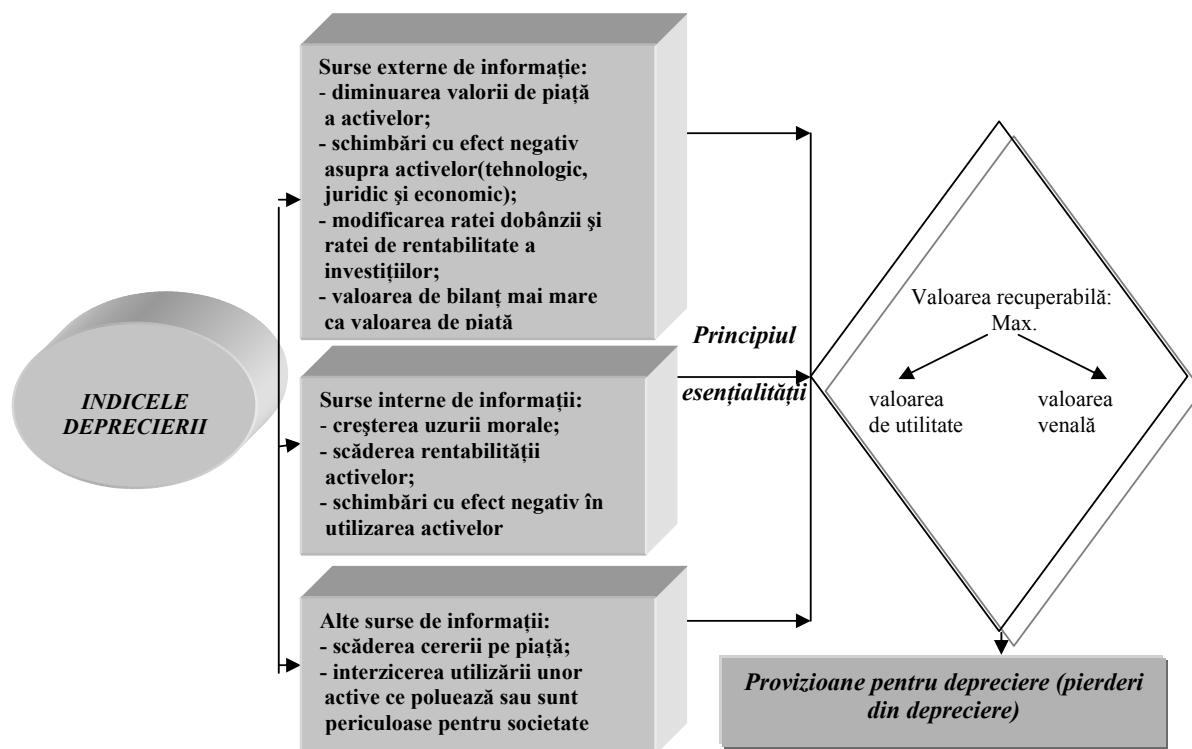
Prin urmare, considerăm că identificarea eventualelor indici ai deprecierei pentru anumite categorii de active trebuie să se efectueze înainte

de întocmirea rapoartelor financiare anuale. Aplicarea mai frecventă a testelor de depreciere poate duce la apariția unor deprecieri subiective și, totodată, informația din rapoartele financiare riscă să fie denaturată.

Provizioanele pentru depreciere se constituie în scopul păstrării valorii de intrare a activului, iar, pe de altă parte, măsoară diferența dintre valoarea de bilanț

și valoarea recuperabilă. Metodica stabilirii indicelui de depreciere este prezentată în figura 1.

Din figura 1 se observă că investigarea indicelui de depreciere presupune analiza atât a factorilor interni, cât și a celor externi, cu influență directă asupra valorii de intrare a activelor. Valoarea recuperabilă reprezintă noua valoare a activelor depreciate și se determină ca maximum dintre valoarea de utilitate și valoarea venală.



**Figura 1. Schema determinării indicelui de depreciere**

*Sursa: elaborată de autor în baza informației din „Standardele Internaționale de Contabilitate”, București: Copyright, 2002*

Dificultățile determinării valorii de recuperare ține de situațiile în care informația existentă nu permite determinarea valorii venale, adică la baza valorii de recuperare va sta valoarea de utilitate. Metodele de calcul ale valorii de utilitate se realizează în funcție de datele disponibile și de tipul activului. În literatura de specialitate sunt propuse două metode de acest gen [4; 165,183 p.].

**a) metoda celei mai bune utilizări:**

**Exemplul 1:** Se admite că, la evaluarea unei clădiri, valoarea de piață nu poate fi determinată cu certitudine. Clădirea poate fi utilizată pentru închiriere sau deschiderea unei baze angro de produse alimentare. Se presupune că suma veniturului anual obținut din închiriere va fi de 300 000 lei, în timp ce magazinul va da un venit de 350 000 lei. Cheltuielile presupuse sunt: pentru închiriere – 50 000 lei, pentru magazin – 130 000 lei. Rata dobânzii constituie 9%. Pe baza tabelului 1 vom calcula valoarea de utilitate.

**Tabelul 1**

**Calculul valorii de utilitate a clădirii**

(lei)

Tipul	Venituri	Cheltuieli	Profit brut (col.2 - col. 3)	Actualizare
1	2	3	4	5
Spațiu pentru închiriere	300 000	50 000	250 000	227 500
Bază cu vânzare angro	350 000	130 000	220 000	200 200

Calculul de mai sus ne demonstrează că clădirea va fi utilizată mai eficient, dacă va fi oferită ca spațiu pentru închirierea de birouri, obținând o valoare re-

cuperabilă de 227 500 lei. Astfel, s-a ales cea mai mare valoare, pornind de la prerogativele **S.I.C. 36 „Deprecierea activelor”**, unde se specifică că valoarea

recuperabilă a unității generatoare de numerar este maximul dintre valoarea de utilitate și prețul net de vânzare.

**b) metoda costului net de înlocuire:**

**Exemplul 1.5:** Se admite că valoarea de intrare a unui război de țesut APR 120 (URS) este de 3 000 lei. Uzura a fost recuperată integral, însă acesta mai poate fi utilizat în activitatea economică, având o depreciere fizică de 60%. Astfel, din cauza uzurii morale, valoarea sa de piață nu poate fi determinată, prin urmare, se analizează valoarea altor produse similare existente pe piață. Se știe că valoarea de piață a unui nou război de țesut cu o capacitate de 400 băți/minut este de 35 000 lei, în timp ce capacitatea războiului de țesut APR 120 (URS) este de 300 băți.

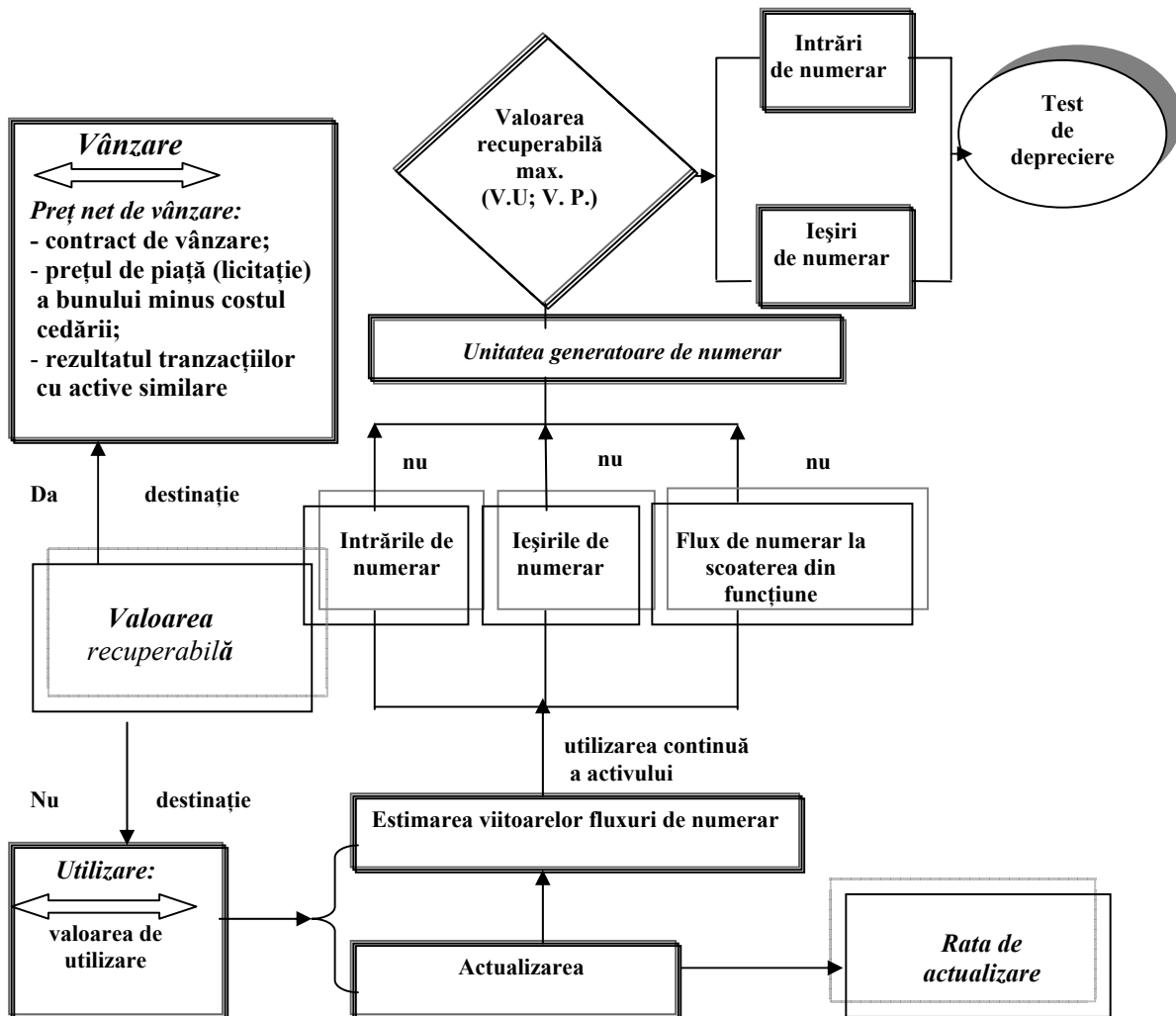
Valoarea de recuperare se va determina astfel:

- din suma de 35 000 lei se exclude diferența de capacitate, adică 25% ( $300 \times 100\% / 400$ ), astfel obținem suma de 26 250 lei;

- din suma de 26 250 lei se exclude deprecierea fizică, care se știe că este de 60%. Efectuând calculele de rigoare, obținem suma de 15 750 lei ( $26\ 250 \times 60/100$ ), ce reprezintă suma cu care războiul de țesut va fi înregistrat în bilanțul contabil.

Astfel, se observă că influența factorului subiectiv la determinarea sumelor este destul de înalt. Așadar, este necesar ca Ministerul Finanțelor împreună cu Agenția de Stat Relații Funciare și Cadastru să elaboreze regulamente de calcul al valorii de utilitate a mijloacelor fixe.

**Valoarea de recuperare** este o mărime influențată de doi factori, însă ponderea acestor factori domină în funcție de destinația activului; activele destinate pentru vânzare vor fi evaluate la prețul net de vânzare, în timp ce activele utilizate în activitatea economică proprie vor avea la bază valoarea de utilitate (figura 2).



**Figura 2. Modalitatea de determinare a mărimii deprecierii**

Sursa: elaborată de autor în baza informației din „Standardele Internaționale de Contabilitate”, București, Copyright, 2002

Rezultatele calculului prețului net de vânzare sunt determinate în totalitate de factorii externi care nu pot fi controlați de întreprindere, în timp ce estimarea valorii de utilitate este procedura ce presupune parcurgerea următorilor pași:

- estimarea viitoarelor intrări și ieșiri de numerar (fluxul de numerar), rezultate din utilizarea continuă a activului depreciat;
- actualizarea fluxurilor de numerar.

Valoarea de utilitate a unui activ poate fi determinată din următoarea formulă de calcul [5; p. 69]:

$$V.M. = \sum_{t,n} \frac{F.N.}{(1+a)^t} + \frac{V.P.R.}{(1+a)^n}, \text{ unde}$$

**F.N.** – fluxul net de numerar estimat în perioada *t*;

**V.P.R.** – valoarea probabilă rămasă; **t** – perioada;

**a** – rata de actualizare; **n** – durata pentru care se face estimarea.

Estimarea fluxurilor viitoare de numerar din utilizarea continuă a activului depreciat se realizează în funcție de:

- eventualele intrări de numerar (venituri);
- eventualele ieșiri de numerar (cheltuieli);
- inclusiv fluxul de numerar la ieșire din funcțiune sau vânzare (venituri sau cheltuieli).

**Exemplul 2:** Se admite că, la sfârșitul anului 200 N, întreprinderea „P&G” efectuează evaluarea unui tractor, a cărui uzură a fost recuperată integral. Valoarea de recuperare se va determina pe baza valorii de utilitate, deoarece valoarea de piață nu poate fi determinată. Întreprinderea a primit o ofertă din partea S.R.L. „R” de a-l închiria pe o perioadă de 3 ani, suma chiriei constituind 2 000 lei anual. Fluxul de numerar net se va calcula astfel (tab. 2).

**Tabelul 2**

**Calculul fluxului net de numerar**

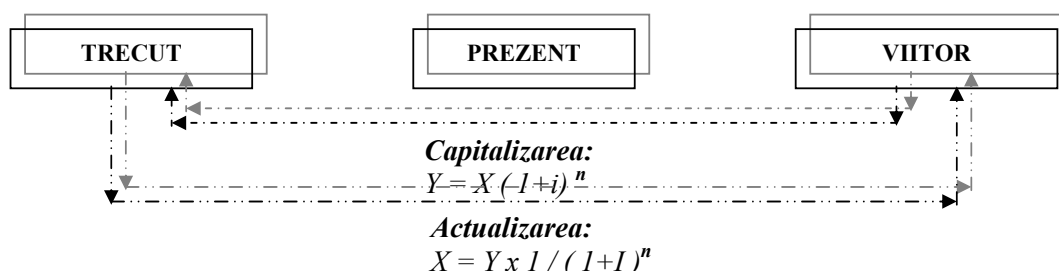
(lei)

Perioada	Încasări (Venituri)	Plăți (Cheltuieli)	Fluxul de numerar (rd. 3 – rd. 2)
1	2	3	4
200 N	2 000	1 100	900
200 N+1	2 000	800	1 200
200 N+2	2 000	700	1 300
<b>Total</b>	<b>6 000</b>	<b>2 600</b>	<b>3 400</b>

Calculul efectuat mai sus au demonstrat că valoarea fluxului net de numerar este 3 400 lei, dar nu poate fi considerat și ca valoare de utilitate, deoarece este o mărime estimată și trebuie supusă actualizării.

Actualizarea reprezintă una dintre etapele cele mai importante utilizate la calculul valorii de utilitate.

Informațiile din trecut, prezent și viitor sunt necesare atât timp cât sunt utilizate la luarea deciziilor pentru viitor. Astfel, valoarea leului de ieri cu leul de azi și cu cel de mâine nu poate fi identică, iar pentru a le putea compara este necesară actualizarea sau capitalizarea lor. Factorul timp este elementul fundamental în alegerea uneia din acestea (figura 3).



*n* – numărul de ani;

*i* – coeficientul ratei dobânzii.

**Figura 3. Tehnica actualizării (capitalizării) valorilor**

*Sursa:* elaborată de autor

Calcularea ratei de actualizare este de cele mai multe ori subiectivă. Rata de actualizare (**Ra**) se determină cu ajutorul ratei de bază (**Rb**) și a coeficientului de risc (**Cr**):

$$Ra = Rb \times (1 + Cr)$$

Coeficientul de risc este latura subiectivă în cadrul valorii de actualizare și depinde de caracteristici-

le particulare ale întreprinderii, limitele de variație ale acestui coeficient fiind de 50% și 200%. Riscul luat în calcul poate fi de următoarele tipuri: pentru mărimea întreprinderii, pentru sectorul de activitate, riscul afacerii și riscul de țară.

Astfel, ținând cont de faptul că prețurile de piață ale activelor pe termen lung permanent oscilează,



este necesar ca și valoarea de bilanț a acestora să fie ajustată la prețurile pieței. Indicele deprecierii este indicatorul care reflectă gradul de diminuare a valorii de intrare a unui activ.

**Bibliografie:**

1. *Acte normative cu privire la reforma contabilității. Standardele Naționale de Contabilitate*, vol. I, Moldpres, Chișinău, 1998, 220p.
2. *Standarde Internaționale de Contabilitate 2002*, București, Copyright, 1240 p.
3. *Standarde Internaționale de Evaluare*, ediția a șasea – București, Copyright, 2003, 500 p.
4. Ișfănescu, A. Robu, V. Anghel, I. Stan, S. *Ghid practic de evaluare a întreprinderii*. București: Editura Tribuna economică, 2001. 234 p.
5. Ristea M. (coord.) *Ghid pentru înțelegerea și aplicarea Standardelor Internaționale de Contabilitate – IAS 36 „Deprecierea activelor”*. București: Editura CECCAR, 2004, 567p.

## FUNDAMENTAREA DECIZIILOR DE MARKETING LA ÎNTREPRINDERILE MICULUI BUSINESS

*Drd. Oleg IONCU, UCCM*

*In order to succeed in today's marketplace, a small company must quickly identify and exploit opportunities wherever they occur, domestically or internationally. This involves marketing decisions that deal with all the various activities of a company.*

*In this paper, the essence of marketing decision, the influence of marketing information system on decision-making and the conditions of adopting marketing decisions at all levels of an enterprise are presented. In addition, the proposals on foundation of marketing decisions are made.*

Luarea unor decizii corespunzătoare, prin care să se înlăptuiască conducerea științifică a activității de marketing, reprezintă rezultatul unui proces complex și presupune depășirea unor dificultăți care adesea sunt mai mari decât în oricare din domeniile funcționale ale întreprinderii.

Apariția termenului „decizii de marketing” este legată de extinderea înțelegerii marketingului drept un concept al managementului orientat spre consumator. O parte a deciziilor se iau de către manageri în limita competenței lor. Spre exemplu, conducătorul departamentului de marketing adoptă deciziile privind un spectru larg al problemelor mixului de marketing. Însă cele mai însemnate decizii pentru întreprindere se iau de către antreprenor, iar marketerii participă la pregătirea și discutarea acestora.

Întreprinderea este un *sistem de realizare a conceptului de marketing*, adică un sistem de activități proiectate, „... care urmărește și controlează permanent, prin reacție inversă, adaptarea produselor și a proceselor de organizare a vânzărilor la cerințele consumatorilor actuali și potențiali” [1, p.11].

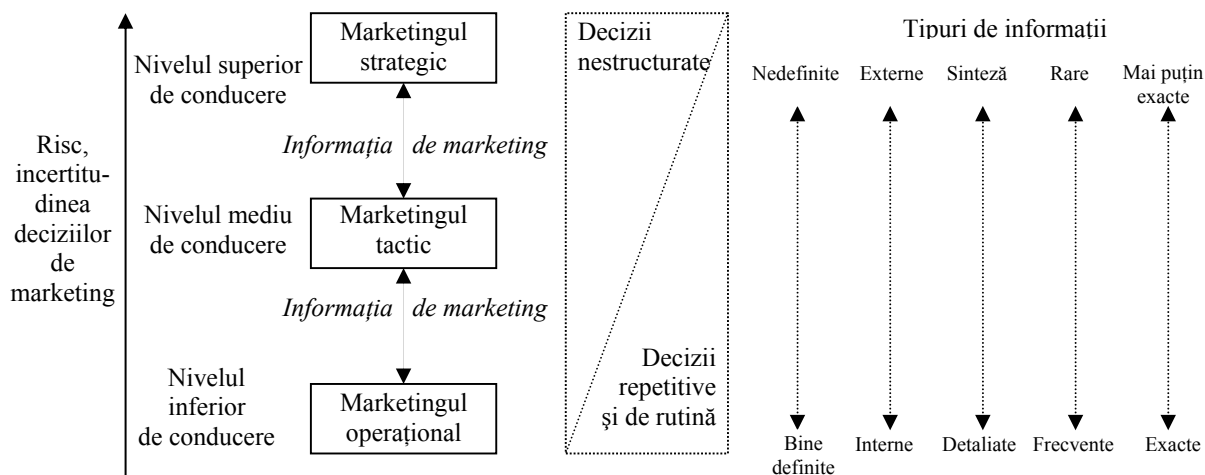
Studiind aspectele pozitive și limitele definițiilor prezentate în literatura de specialitate, considerăm că **decizia de marketing** reprezintă *una sau mai multe*

*alternative, care cuprind un șir de acțiuni gestionate și orientate spre atingerea unui scop concret al sistemului de realizare a conceptului de marketing.*

Luarea deciziei presupune alegerea celei mai eficiente alternative în condițiile date, reprezentând totalitatea procedurilor consecutive ce duc la această definiție. Este important nu numai de a chibzui posibilele variante ale acțiunilor în cadrul problemei formulate și a alege cea mai bună alternativă, dar și a aprecia impactul deciziei luate asupra indicatorilor activității întreprinderii.

Pornind de la afirmațiile unor autori [1-3] că întreprinderile sunt un sistem de implementare a concepției de marketing, rezultă că ele trebuie să aibă permanent un comportament adaptiv față de piețe și, mai ales, față de segmentele de piață pe care le selectează pentru a fi deservite.

Activitatea de marketing, după natura sa, este întotdeauna legată de căutarea deciziei optime în procesul interacțiunii producătorului cu consumatorul sau a furnizorului cu clientul. Problemele de marketing pot apărea la diferite niveluri ierarhice de conducere a firmei, iar competența managerilor organizației este diferită în funcție de caracterul deciziilor luate (figura 1).



**Figura 1. Nivelul competenței specialiștilor de marketing în funcție de caracterul deciziilor luate, structura acestora și informațiile necesare în desfășurarea activității întreprinderii**

Datele figurii 1 indică că la nivelul superior de conducere a firmei deciziile luate, în mare măsură, depind de problemele strategice și inovaționale, reunite în marketingul strategic. Aceste decizii au un grad înalt de incertitudine și sunt riscante din cauza lipsei de informații. Totodată, incertitudinea se crează nu numai din cauza acțiunii mediului ambiant, dar și datorită deciziilor adoptate de firmă și alți subiecți ai pieței.

Viabilitatea întreprinderii depinde de capacitatea ei de instruire și adaptarea rapidă la orice schimbare ce poate avea loc pe piață. Astfel, planurile de marketing se pot schimba în procesul realizării lor. Minuțiozitatea și raționamentul acestor schimbări necesită participarea nemijlocită a colaboratorilor la conducerea întreprinderii în procesul luării deciziilor de marketing. Asemenea revizuire a procesului de adoptare a deciziilor este legată de caracterul schimbător al mediului ambiant și reflectă intenția permanentă spre perfecționare. În literatura de specialitate, strategia apare drept flux continuu al adaptărilor oportune la schimbările mediului de piață sau drept reacție la informația din partea consumatorului [4].

La nivelul mediu de conducere, orientat spre marketingul tactic, personalul își concentrează atenția asupra soluționării problemelor tactice, legate de realizarea măsurilor de marketing ale întreprinderii.

La nivelul inferior executorii (specialiștii) îndeplinesc complexul de măsuri curente. Deciziile sunt legate, în multe privințe, fie de soluționarea problemelor curente, orientate spre marketingul operațional, fie de realizarea deciziilor de rutină pentru corectarea programului de marketing.

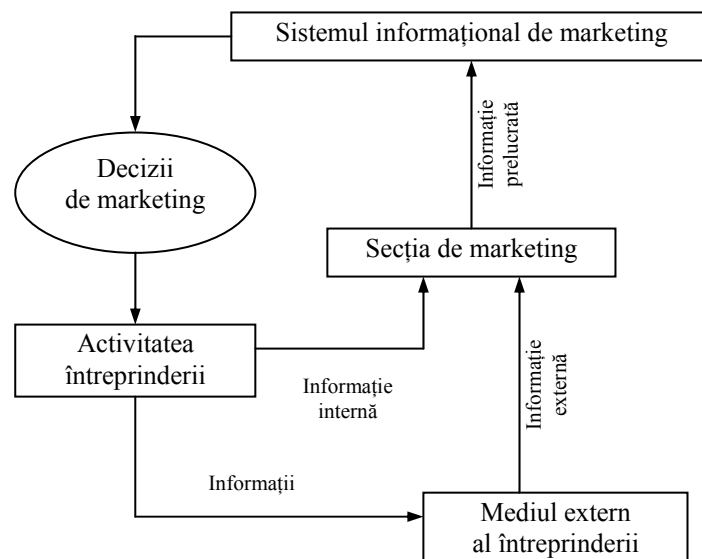
Decizia luată presupune controlul permanent și monitoring al pieței, ceea ce este legat de amplificarea funcției analitice a marketingului. Totodată, categoria dată de executorii (specialiști) la nivelul infe-

rior este importantă și în procesul elaborării deciziilor strategice la nivelul superior de conducere, deoarece datele despre schimbarea mediului intern și extern, obținute de ei, contribuie la luarea deciziilor strategice nestructurate de marketing.

Existența regulilor distincte și clare, precum și a procedurilor de adoptare a deciziilor și de planificare, elaborate cu participarea largă a specialiștilor, după cum menționează Peter R. Dickson [4], ridică siguranța planurilor de marketing. În procesul luării deciziilor, conducătorul dirijează echipa de specialiști, alcătuită din lucrători ai diferitor subdiviziuni ale întreprinderii. Această echipă pregătește planurile de marketing în componența planurilor generale ale întreprinderii și controlează realizarea lor. Toate aceste planuri se reunesc în planul de afaceri al întreprinderii. Conducătorii de rang superior întotdeauna sunt ocupați nemijlocit de luarea deciziilor principale orientate spre marketingul strategic, cum ar fi, de exemplu, alegerea piețelor-țintă pe termen lung, poziționarea produsului pe piață ș.a., formând astfel deciziile de bază ale strategiei de marketing.

Altă problemă care stă la baza formării și luării deciziilor de marketing este crearea unui sistem informațional specializat în identificarea, colectarea, prelucrarea și analiza informațiilor de piață, care ar constitui un suport permanent pentru adoptarea deciziilor corecte de marketing.

În viziunea autorului este necesar de creat un sistem informațional eficient de marketing, care, prin fiecare componentă a sa, ar contribui la realizarea obiectivelor de marketing. Se cere asigurarea cu informații necesare a procesului de elaborare, implementare și corectare a tuturor acțiunilor decizionale strategice și tactice ale întreprinderii. Conform acestor cerințe, constituirea acestui sistem informațional trebuie să fie orientată spre realizarea unui flux deschis de informații (figura 2).

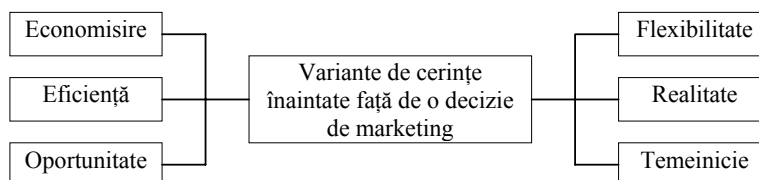


**Figura 2. Fluxurile de informații destinate pentru luarea deciziilor de marketing**

Datele figurii 2 indică că luarea deciziei de marketing este posibilă numai pe baza informațiilor și cunoștințelor despre caracteristica obiectului cercetat, inclusiv despre procesele care au loc sau pot apărea cu timpul. Se cere formarea unui model adecvat al obiectului cercetat în condițiile existenței unui număr mare de indicatori (criterii), ce caracterizează eficiența elaborării și adoptării deciziei de marketing. Astfel, putem menționa că se cere existența unui model

adecvat de luare și evaluare a deciziei de marketing.

Alegerea celei mai eficiente variante a deciziei de marketing poate fi realizată prin evaluarea fiecărei din alternativele propuse. De exemplu, se determină în ce măsură fiecare variantă a deciziei elaborate asigură atingerea scopului final al întreprinderii. Decizia se consideră bună, dacă ea corespunde cerințelor ce decurg din situația analizată și scopurile întreprinderii (figura 3).



**Figura 3. Variante de cerințe înaintate față de o decizie de marketing**

Din figura 3 putem menționa că decizia trebuie să fie:

1. Economicoasă – să asigure atingerea scopului pus cu cele mai mici cheltuieli.
2. Eficientă – să asigure cât mai deplin atingerea scopului pus de întreprindere.
3. Oportună – să asigure atât oportunitatea luării deciziei, cât și oportunitatea atingerii scopurilor.
4. Flexibilă – să permită comutarea ulterioară de la o alternativă la alta.
5. Realizabilă – adică să nu fie luate niște decizii ireale sau abstracte. Asemenea decizii provoacă ciuda, dezbinarea executorilor și în majoritatea cazurilor sunt ineficiente, deoarece nu corespund forțelor și resurselor colectivului ce o realizează.
6. Temeinică – justificată, unde executorii trebuie să înțeleagă argumentele ce-l determină pe conducător să ia anume astfel de decizie în domeniul marketingului.

Întreprinderile mici sunt o formă de organizare a vieții economice a societății, destul de independentă și cea mai tipică în condițiile economiei de piață dezvoltate. Ele dispun de particularitățile lor deosebite specifice, de avantaje și neajunsuri, caracteristice numai lor, de legitățile interne ale dezvoltării. Funcționarea în mod principal pe o piață locală concretă, specializarea îngustă, pe un segment determinat al pieței mărfurilor și serviciilor, legătura nemijlocită cu consumatorul, necesitatea unui capital inițial relativ mic – aceste caracteristici ale micului business se prezintă drept factori, ce ridică statornicia acestui business în calitate de element structural al economiei.

Să examinăm tendințele dezvoltării întreprinderilor micului business în Republica Moldova în anii 2002-2006. Evoluția ponderii întreprinderilor micului business în totalul întreprinderilor în ultimii 5 ani se caracterizează prin următorii indicatori:

**Tabelul 1**

**Unii indicatori vizând activitatea întreprinderilor micului business în anii 2002-2006**

Anul	Nr. de întreprinderi, mii			Nr. de salariați, mii persoane			Venituri din vânzări, mil. lei		
	Total	IMB	Ponderea IMB în total, %	Total	IM	Ponderea IMB în total, %	Total	IMB	Ponderea IMB în total, %
2002	24,7	22,1	89,5	513,8	130,4	25,4	47758,0	10832,9	22,7
2003	28,0	25,2	90,0	524,1	147,0	28,0	62830,3	13979,2	22,2
2004	30,4	27,8	91,4	573,8	173,5	30,2	77307,2	19929,5	25,8
2005	33,1	30,6	92,4	578,0	179,7	31,1	97668,3	24950,8	25,5
2006	36,1	33,8	93,6	574,9	189,4	32,9	117372,4	34975,6	29,8

**Sursa:** Activitatea întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova în anul 2006: Notă informativă //Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, 2007. Activitatea micului business în Republica Moldova în anul 2002 //Departamentul Statistică și Sociologie al Republicii Moldova, 2003.

Din datele tab. 1 se observă că tendințe pozitive au înregistrat majoritatea indicatorilor. Astfel, menționăm că, în anul 2006, la Biroul Național de Statistică au prezentat dări de seamă circa 33,8 mii de întreprinderi din sectorul micului business, ceea ce reprezintă,

față de anul 2002, o creștere de 11,7 mii de întreprinderi sau cu 52,9%, cota cărora în totalul agenților economici pe țară constituie 93,6% [5-7].

Majorări a înregistrat și numărul de salariați, angajați la întreprinderile micului business. Analiza în

dinamică denotă că, pe parcursul ultimilor ani, numărul de lucrători care activează în sectorul micului business a crescut cu circa 59 mii de persoane în 2006 față de 2002. În prezent, cota lor reprezintă circa 32,9 din totalul angajaților din țară [5-7].

Tendențe pozitive a înregistrat și cifra de afaceri, obținută de întreprinderile micului business, depășind suma de 34,9 mlrd. lei și majorându-se în comparație cu anul 2002 de circa 3,2 ori [5-7].

Rezumând cele expuse mai sus, putem concluziona că analiza în dinamică a întreprinderilor micului business reflectă o ameliorare și o creștere stabilă a sectorului, iar datele statistice pentru anii 2002-2006

confirmă progresul făcut de micul business în ceea ce privește contribuția în totalul forței de muncă și în veniturile din vânzări obținute.

Partea majoră a agenților micului business își desfășoară activitatea în domeniul comerțului, constituind în anul 2006 circa 14,4 mii de unități sau 42,5% din totalul întreprinderilor micului business. În industria prelucrătoare activează 4,2 mii de întreprinderi sau 12,4% din totalul întreprinderilor micului business.

Evoluția în dinamică a numărului întreprinderilor micului business pe genuri de activitate este prezentată în tab. 2.

**Tabelul 2**

**Evoluția în dinamică a numărului întreprinderilor micului business pe genuri de activitate în anii 2005-2006**

Denumirea	2004		2005		2006		2006 în % față de 2004
	mii întreprinderi	Ponderea în total IMB, %	mii întreprinderi	Ponderea IMM în: total IMB, %	mii întreprinderi	Ponderea în: total IMB, %	
<b>Total</b>	<b>27,8</b>	<b>100</b>	<b>30,6</b>	<b>100</b>	<b>33,8</b>	<b>100</b>	<b>121,6</b>
inclusiv: pe genuri principale de activitate a întreprinderilor							
Agricultura, economia vânatului și silvicultura	1,3	4,7	1,5	4,9	1,5	4,5	115,4
Industria prelucrătoare	3,5	12,6	3,9	12,7	4,2	12,4	120,0
Energie electrică, gaze și apă	0,1	0,4	0,1	0,3	0,1	0,2	100,0
Construcții	1,5	5,4	1,7	5,6	2,0	5,8	133,3
Hoteluri și restaurante	0,9	3,2	1,0	3,3	1,1	3,3	122,2
Comerț cu ridicata și cu amănuntul;	12,5	45,0	13,3	43,5	14,4	42,5	115,2
Transporturi, depozitare și comunicații	1,9	6,8	2,2	7,2	2,4	7,1	126,3
Tranzacții imobiliare	3,3	11,9	3,8	12,4	4,4	12,9	133,3
Alte activități	2,8	10,1	3,1	10,1	3,8	11,2	135,7

**Sursa:** calculată de autor în baza datelor Biroului Național de Statistică al RM

Datele tab. 2 indică că cea mai mare pondere în totalul întreprinderilor micului business îi revine, în anul 2006, comerțului cu ridicata și cu amănuntul – 42,5%, tranzacțiilor imobiliare – 12,9%, industriei prelucrătoare – 12,4%.

*Autorul propune următoarele căi de fundamentare a deciziilor de marketing la întreprinderile micului business:*

- facilitarea accesului antreprenorilor la resurse financiare ieftine, inclusiv în zonele rurale;
- instruirea antreprenorilor cu experiență și a persoanelor care intenționează inițierea unei afaceri privind abordarea științifică a elaboră-

- rii, evaluării și luării deciziilor de marketing;
- familiarizarea conducătorilor și specialiștilor întreprinderilor micului business cu avantajele acordate de legislația în vigoare acestor întreprinderi;
- adoptarea unei abordări strategice a deciziilor de marketing și a rolului acestora în creșterea rentabilității întreprinderii;
- constituirea sistemului decizional de marketing la întreprinderile micului business pe baza analizei funcțiilor reale care se îndeplinesc în subdiviziunile acestora pentru luarea corectă a deciziilor de marketing.



**Bibliografie:**

1. Demetrescu M. *Aplicarea teoriei generale a sistemelor de marketing*. – București: Ed. Academ. RSR, 1977.
2. Drăgan I., Demetrescu M. *Bazele teoretice cognitive ale cercetărilor de marketing*. – Nagard: Ed. Edizioni, 1995.
3. Patriche D. *Marketing în economia de piață*. – București: Editura științifică și enciclopedică, 1991.
4. Диксон Питер Р. *Управление маркетингом* /Пер. с англ. – М.: ЗАО Издательство БИНОМ, 1998.
5. Activitatea întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova în anul 2006: Notă informativă //Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova., 2007.
6. Activitatea micului business în Republica Moldova în anul 2002 //Departamentul Statistică și Sociologie al Republicii Moldova., 2003.
7. Статистика малого бизнеса //Экономическое обозрение. Логос-Пресс №23 от 15 июня 2007, с.10.

## COMPLEXITATEA ȘI IMPORTANȚA COMUNICAȚIILOR DE MARKETING PENTRU SUCCESUL ÎNTREPRINDERILOR MODERNE

*Drd. Ionela CIUHRIL, ASEM*

*Modern marketing communications are developing as a result of the transformations of the market environment. They play an increasing role in the success of modern companies. Current communication mix is broader and more complex than the traditional mix and comprises around 16 communication tools. The practical application of the integrated approach to marketing communications is essential due to the development of the media and to the changes in consumer behavior. Integrated marketing communications can ensure an enhanced effect and an explicit positioning of the brand.*

*Key words: marketing communications, communication tools and channels, communication mix, integrated marketing communications*

Drept urmare a progresului tehnologic și a modificării comportamentului consumatorilor, marketingul modern reprezintă un domeniu ce poartă amprenta unor schimbări continue. În momentul actual, marketingul constă nu doar dintr-un ansamblu de tehnici de gestiune pe larg utilizate, dar reprezintă și o stare de spirit necesară pentru dezvoltarea oricărei organizații sau întreprinderi. Marketingul este remodelat în mod constant de către mediul în care se înscrie [1].

Managerii moderni de orice nivel, operând în structuri și medii tot mai complexe și având acces la un volum crescând de informații și servicii de suport, trebuie să adopte o viziune de marketing și să țină pasul cu toate schimbările prin care trece acesta. Cele șase miliarde de consumatori din toată lumea devin tot mai accesibili pentru competiția globală. Preocupările majore ale marketingului au fost supuse unei serii de transformări: de la „achiziționarea clienților” (atragera noilor clienți) prin „reținerea acestora” (menținerea clienților pe parcursul vieții) către „selecția clienților”. În acest context, alegerea strategiilor de marketing și de comunicare joacă un rol tot mai important, permițând întreprinderii să-și concentreze resursele limitate asupra celor mai potrivite oportunități în vederea creșterii vânzărilor și obținerii unor avantaje competitive durabile.

Comunicațiile de marketing constituie acel element al **mixului de marketing** care, sub influența mediului de piață, este caracterizat de cel mai înalt ritm

de schimbare. Odată cu dezvoltarea și internaționalizarea mijloacelor de informare, metodele și tehnicile de comunicare considerate cândva neeficiente, în prezent, sunt utilizate tot mai pe larg. Internetul sau „new media” devine un canal de comunicare tot mai puternic și accesibil și își extinde aria de aplicare în diverse sfere ale marketingului. Cercetările recente ale comportamentului consumatorului, precum și răspunsul la comunicarea de marketing servesc în calitate de un solid fundament la planificarea activităților și permit previziunea rezultatelor și a eficienței comunicațiilor.

Astfel, se impun noi tipuri de marketing și instrumente de comunicare, care supun unor transformări tot mai rapide marketingul tradițional, instrumentele de mass-media la îndemâna marketerilor, precum și percepțiile consumatorilor. Factorul interactiv reprezintă un element tot mai frecvent utilizat în marketingul modern, marketerii și clienții redefinind în permanență forma și conținutul mesajelor promoționale.

Comunicarea se află în centrul tuturor activităților de marketing întreprinse de firmă. Marketingul modern se bazează pe ipoteza unei eficiente comunicări bilaterale – consumatorii comunică firmelor dorințele/doleanțele lor, iar firmele îi informează pe consumatori referitor la produsele livrate, ulterior consumatorii comunică firmelor în ce măsură au fost satisfăcute așteptările lor și companiile modifică produsele și serviciile oferite, precum și acțiunile de mar-

keting întreprinse în funcție de reacțiile și așteptările consumatorilor.

În *sens larg* (M.Wayne Dehoziere, „The Marketing Communication Process”, McGraw-Hill, 1976), comunicarea vizează toate variabilele mixului de marketing împreună cu toate celelalte activități desfășurate de întreprindere.

În *sens restrâns* (E.J.McCarthy și W.D.Perreault jr., Basic Marketing, ed. a 8-a, Irwin, 1984), comunicarea de marketing este considerată o activitate promoțională, legată de vânzarea personală și de masă, în care sunt incluse publicitatea, reclama, precum și promovarea vânzărilor.

La momentul actual, când activitatea de marketing depășește frontierele geografice și se extinde pe piețe internaționale, când atât complexitatea ofertei și a ofertanților, cât și volumul și structura nevoilor cresc într-un ritm vertiginos, pentru vânzători este foarte important, pe de o parte, să comunice clienților actuali și potențiali toate informațiile necesare, aducând la cunoștința acestora avantajele oferite de produsele lor, și, pe de altă parte, să recepționeze reacțiile acestora, care le servesc drept prețioase surse de informații pentru activitatea lor în perspectivă.

Comunicarea permanentă dintre ofertanți și consumatori care, de regulă, sunt separați din punct de vedere spațial și temporal, mai ales în condițiile globalizării piețelor de desfacere, se prezintă ca o necesitate incontestabilă, deoarece o informare promptă și corectă a consumatorilor stimulează cererea, orientând-o către anumite produse/mărci și influențând consumul rațional, provoacă modificări în mentalitatea și atitudinile potențialilor cumpărători, fapt ce se va reflecta, ulterior, în creșterea volumului de bunuri vândute și, în consecință, a profitului ca unic scop al activității antreprenoriale.

Actualmente, lumea afacerilor înregistrează ritmuri foarte intense de dezvoltare, caracterizată printr-un înalt nivel de competiție, transformări tehnologice rapide, consumatori slab informați și greu de convins, precum și piețe de desfacere extrem de sensibile la efectele globalizării. În acest context, faptul de a avea un produs/serviciu bun nu este o condiție suficientă. Dacă companiile intenționează să facă față eficient acestor dure provocări, ele trebuie să creeze și să gestioneze mărci durabile, care sunt cerute pe piață și care se bucură de un suficient grad de credibilitate din partea consumatorilor.

Comunicațiile joacă un rol extrem de important în promovarea mărcilor și a imaginii companiei. Accentul, pus de comunicațiile moderne, a fost direcționat de la produsul în sine spre marca sub care este vândut acesta. Percepția mărcilor și condiționarea atitudinii și comportamentului consumatorilor față de marcă constituie un rezultat direct al comunicațiilor de marketing. Mărcile de succes au o conotație culturală, care se extinde în afara procurării și utilizării produsului respectiv.

În comunicațiile de marketing se produce o trecere de la manipularea clientului către implicarea reală a acestuia; de la lozinci și texte publicitare spre comunicarea și gestionarea în comun a cunoștințelor; de la o poziție considerată secundară – la rolul de purtător al „drapelului” credibilității companiei [2].

Comunicația promoțională reprezintă una din cele mai costisitoare componente ale strategiei de marketing, dar constituie, de asemenea, cea mai atrăgătoare componentă a mixului de marketing. Prin intermediul activităților promoționale, întreprinderea stabilește un raport, o cale de comunicare cu consumatorii săi actuali, dar și cu cei potențiali. Activitatea promoțională, prin intermediul componentelor sale specifice, reușește să atingă mai multe obiective proprii: creșterea volumului vânzărilor, stimularea cererii, informarea consumatorilor, îmbunătățirea imaginii produsului sau a întreprinderii și altele.

Comunicațiile moderne de marketing se construiesc pe baza unui complex set de tehnici și instrumente specifice, ce pot fi combinate în scopul de a forma mixul comunicațional. Dacă unii autori [3] privesc mixul promoțional, în sens mai restrâns, drept o combinație particulară între patru-cinci instrumente: publicitatea, vânzarea personală, promovarea vânzărilor și relațiile publice, la care se mai adaugă și marketingul direct, alți specialiști [4,5] sunt adepți ai unei concepții mai largi, în care sunt incluse până la 12-16 instrumente de promovare și comunicare, aplicate de companiile moderne. În plus la cele menționate deja, mai trebuie adăugat: internet-marketingul și e-mail marketingul, publicitatea la locul vânzării (PLV) și merchandisingul, evenimentele, relațiile cu presa, sponsorizarea, identitatea și literatura corporativă, marketingul oral (*eng.*: „word of mouth”), socializarea (*networking*) și chiar ambalarea produsului – toate acestea fiind elemente ale mixului comunicațional.

Pentru ca impactul comunicării să aibă un efect maxim, întregul mix de marketing al firmei trebuie să fie coordonat în așa mod, încât să fie asigurată difuzarea completă a informației și un răspuns prompt referitor la modul în care ea este percepută.

Combinarea optimă a elementelor mixului promoțional, precum și asigurarea unei continuități reușite în procesul de desfășurare a tuturor acțiunilor de comunicare pot acționa în mod sinergetic, atunci când mesajele transmise prin diverse canale, susținându-se reciproc, contribuie la amplificarea efectului perceput, fapt ce conduce la realizarea mai eficientă a obiectivelor de marketing. Abordarea integrată a comunicării de marketing presupune coordonarea și planificarea sistematică a elementelor mixului promoțional în scopul de a asigura o armonie perfectă între ele.

**Concepția Comunicațiilor Integrate de Marketing** (CIM) a fost elaborată la începutul anilor nouăzeci de către Don E. Schultz, care a demonstrat toți pașii strategici ce permit “noului marketing” să conducă o

afacere spre atingerea succesului. Comunicațiile integrate de marketing impun companiile la o confruntare cu dilema fundamentală a marketingului modern – și anume faptul că publicitatea, mass-media ca atare nu mai există. Strategiile, care pe parcursul timpului au fost menite să livreze mesajul de vânzare către cultura de masă printr-un singur mijloc de comunicare, sunt învechite. Răspunsul la provocările și schimbările mediului de marketing se regăsește în marketingul axat pe necesitățile clientului (*eng.: customer-focused marketing*), un instrument-cheie de planificare care este capabil să explice, în mediul actual de marketing divers și fragmentat, stilurile de viață, atitudinile și motivațiile diverselor categorii de cumpărători și să prezică comportamentul lor de cumpărare în perspectivă. Pornind de la informația detaliată despre consumatori, marketerii pot construi o strategie de comunicare sincronizată, cu multiple canale, care va accede la fiecare segment de piață printr-un mesaj unificat [6].

Concepția comunicațiilor integrate de marketing a fost pe larg acceptată de specialiști și dezvoltată în continuare. Asociația Americană de Marketing a adoptat și a publicat o definiție proprie a CIM, unde fenomenul dat este considerat „un proces de planificare elaborat pentru a asigura ca toate contactele (informațiile) cu privire la marcă, recepționate de către un client actual sau potențial al unui anumit bun, serviciu sau organizații, să fie relevante pentru această persoană și consistente în timp [7]”.

În ultimele decenii, în cadrul industriei de publicitate și al mijloacelor mass-media s-au înregistrat numeroase schimbări și transformări, în urma cărora a crescut importanța unei abordări integrate a comunicațiilor de marketing, astfel CIM devenind strategia primară pentru companiile moderne, care dețin sau tind către deținerea unor poziții importante pe piețele-țintă.

Creșterea importanței CIM se datorează celor **7 transformări majore care s-au petrecut în sfera marketingului modern** [8]:

1. De la publicitate media către forme multiple de comunicare (inclusiv promoții, product placement, mailing etc.);
2. De la mass-media către mijloace de informare mai specializate, care sunt centrate în jurul unui auditoriu-țintă specific;
3. De la piețele dominate de producători (*manufacturer-dominated*) către piețele dominate de vânzători (*retailer-dominated*). Controlul pieței s-a transferat în mâinile consumatorului.
4. De la publicitatea și marketingul bazat pe informații generale (*general-focused*) către marketingul bazat pe date concrete (*data-based marketing*).
5. De la nivelul scăzut de responsabilitate a agențiilor de publicitate către unul foarte în-

alt. Agențiile, astăzi, joacă în publicitate un rol mai important ca oricând.

6. De la salarizarea tradițională a personalului către salarizarea și motivarea în baza performanțelor realizate. Măsurile respective încurajează angajații să tindă către obținerea unor rezultate mai performante, deoarece ei vor fi recompensați pentru creșterea vânzărilor sau alte beneficii pe care le aduc companiilor.
7. De la accesul limitat la Internet către o răspândire foarte largă a disponibilității de utilizare a lui, aceasta traducându-se nu doar printr-un acces la Internet 24/7, dar și prin faptul că publicitatea poate accede la diverse categorii de utilizatori 24 de ore din 24, adică în regim nelimitat.

Prin adoptarea unui nou comportament pe plan comunicațional, organizația extinde considerabil aria de acțiune a comunicațiilor de marketing. Pornind de la ideea că organizația este un întreg ireductibil la produsele fabricate sau al mărcilor comercializate și considerând că în cadrul unei organizații totul comunică, managerii au început să acorde o importanță tot mai mare comunicării corporative și integrării ei într-un demers coerent.

*Trăsăturile de bază ale comunicațiilor integrate de marketing (CIM) sunt următoarele [9]:*

1. CIM reprezintă un complex de comunicații, bazat pe o varietate de canale de legătură inversă, organizate în mod specific, în lipsa cărora existența lor devine imposibilă. În esență, legătura inversă este fundamentul CIM, care le asigură viabilitatea și eficiența.
2. CIM sunt comunicațiile care au drept punct de plecare nu atât un intens nivel de creativitate a ideii promoționale, cât un puternic pretext informațional, care permite companiei să instaureze cu potențialii consumatori un dialog de impact social.
3. CIM constituie un complex, bazat pe „interpretarea artistică orchestrată a unei partide”, nu pe „interpretarea solo”. De aceea, acțiunile CIM au limite temporale și spațiale foarte minuțios definite și sunt dirijate în așa fel, încât să se asigure un efect de ansamblu al tuturor comunicațiilor.
4. CIM sunt menite să reducă numărul de „intermediari”, care transmit informația către consumator. Aceste comunicații sunt maxim de directe și au o acțiune în care implicarea intermediarilor este minimală.

Aplicarea în practică a comunicațiilor integrate de marketing este un proces complicat ce necesită eforturi majore, dar, în același timp, aduc numeroase beneficii companiilor care adoptă o astfel de abordare. CIM pot crea avantaje competitive și impulsiona creșterea volumului de vânzări, precum și a profiturilor, economisind, totodată, resurse financiare și de

timp și reducând nivelul de stres al angajaților ce dețin funcții de marketing.

Pentru a asigura succesul pe piețele moderne, ce se află în permanentă schimbare, și a informa la nivelul convenit clienții actuali și potențiali referitor la modul de adaptare a companiei la schimbările mediului și la așteptările consumatorilor, marketerii

trebuie să adopte o viziune integrată a comunicațiilor de marketing și să acorde o atenție deosebită planificării și implementării eficiente a strategiilor de comunicare, ținând cont de toate variabilele interne și externe ce caracterizează mediul de piață, precum și de obiectivele generale de marketing ale întreprinderii.

#### Bibliografie:

1. Vandercammen Marc, *Marketing: l'essentiel pour comprendre, décider, agir*, De Boeck, Paris, 2002
2. Regis McKenna, Basic Books, *Relationship Marketing. Successful Strategies for the Age of the Customer*, New York, 1993
3. Ph.Kotler, *Managementul Marketingului*, Teora, București, 1999
4. P.R. Smith, J.Taylor, *Marketing Communications. An integrated approach*, Kogan page, London, 2006
5. [http://www.nigeltemple.com/articles\\_promotional\\_mix.htm](http://www.nigeltemple.com/articles_promotional_mix.htm)
6. Don E. Schultz, Stanley I. Tannenbaum, Robert F. Lauterborn. *Integrated Marketing Communications: Putting It Together & Making It Work*, Mc Gow Hill, London, 1993
7. *American Marketing Association*. Dictionary of marketing terms, <http://www.marketingpower.com/>
8. *Wikipedia, the free encyclopedia*, <http://www.wikipedia.org>
9. „Современная стратегия продвижения-интегрированные маркетинговые коммуникации”, <http://www.satio.by/publications/marketing/>

## CREȘTEREA SATISFACȚIEI CLIENȚILOR ȘI A FIDELIZĂRII CELOR IMPORTANTI: TEMELIA AFACERII DE SUCCES

*Comp. Diana VORNOVIȚCHI, ASEM*

*The present article reflects some aspects of managing and implementing loyalty programs in order to improve and increase the satisfaction of the clients. Recognizing the value in customer loyalty, retailers are now seeking to reclaim personal relationships with their customers. In this order we consider loyalty programs as structured marketing efforts that reward, and therefore encourage, loyal buying behaviour — behaviour which is potentially of benefit to the firm. Loyalty programs can be “self-directed”, where the benefit accrues to the consumer, or “other-directed”, where the benefit accrues to somebody/something else.*

**Key words:** customer loyalty, loyalty programs, customer-oriented, loyal buying behaviour

Pentru a avea succes pe piața internă și externă, întreprinderile își concentrează din ce în ce mai mult eforturile spre înțelegerea cerințelor implicite și explicite ale clienților, în scopul creșterii continue a gradului de satisfacere a necesităților și așteptărilor acestora, luând în considerare atât clienții actuali, cât și cei potențiali. Mai mult, în scopul menținerii poziției competitive pe piață, întreprinderile adoptă și demonstrează o orientare clară către client și calitate, în special prin implementarea unor strategii axate pe fidelizarea clienților și evaluarea continuă a satisfacției lor și a performanțelor realizate.

Prin **fidelizarea** unui client se înțelege ansamblul măsurilor întreprinse de întreprindere pentru menținerea clienților săi într-o stare activă de achiziționare a produselor și serviciilor – prin consolidarea poziției favorabile față de companie și produsele sale, astfel încât clienții să nu-i utilizeze doar produsele, ci să le recomande și altor persoane. *Acest termen generic poate prezenta mai multe tipuri de abordare:*

- dezvoltarea unei relații puternice între companie și client și generarea de venituri suplimentare;
- personalizarea ofertei conform necesităților fiecărui client și îmbunătățirea serviciilor prestate clienților;
- încurajarea vânzărilor prin recompensarea clienților loiali;
- simplificarea relației și a contactului cu compania.

Orientarea către client, adoptată de întreprinderi, este justificată din mai multe considerente: exigențele clienților sunt în continuă creștere, iar organizația își adaptează produsele/serviciile astfel, încât să răspundă acestora; cumpărătorii evaluează schimbările, le găsesc benefice și încep să le aștepte din partea tuturor organizațiilor (exemplul cardurilor de discount acordate la efectuarea unor cumpărături considerabile); concurenții introduc și ei îmbunătățiri pentru a ajunge din urmă sau chiar depăși organizația inova-

toare; clienții se obișnuiesc cu ceea ce li se oferă și încep să aibă așteptări din ce în ce mai mari.

Trebuie să menționăm că aceste practici nu sunt la îndemâna oricărei organizații, fiind mai greu de adoptat de către întreprinderile mici și mijlocii, care nu dispun de resurse suficiente, infrastructura necesară, iar clienții nu sunt întotdeauna dispuși să ofere informații. De aceea, pentru a avea succes pe piața internă și externă, întreprinderile trebuie să-și concentreze eforturile spre înțelegerea și satisfacerea necesităților și așteptărilor clienților actuali, dar și ale celor potențiali.

Necesitățile și așteptările clienților sau beneficiarilor pot include, spre exemplu, conformitatea produsului/serviciului, performanțele acestuia, modalitatea de livrare, activitățile post-livrare, prețul și costurile de exploatare, securitatea produsului, răspunderea juridică față de produs, impactul asupra mediului etc.

Carmen Păunescu menționează că „studierea metodelor de implementare a programelor de fidelitate și a strategiilor care să asigure fidelizarea clienților este deosebit de importantă în condițiile mediului concurențial de astăzi, când tot mai multe întreprinderi își stabilesc ca direcții de acțiune, în ceea ce privește orientarea către client și fidelizarea acestuia, asigurarea flexibilității și rapidității de răspuns la oportunitățile pieței; înțelegerea necesităților și așteptărilor actuale și potențiale ale clienților; evaluarea gradului de satisfacție al clienților și asigurarea loialității clienților importanți; îmbunătățirea sistemului relațional intern și extern și crearea unor relații de parteneriat cu clienții fideli”. (4)

În acest context, evaluarea și monitorizarea satisfacției clientului devine un instrument managerial esențial al întreprinderii și se bazează pe analiza informațiilor referitoare la relația cu clientul, care a fost și este principalul partener de business. Activitatea întreprinderilor occidentale a demonstrat impactul fidelizării partenerilor întreprinderii asupra rentabilității acesteia. Studiile arată că „implementarea programelor de fidelizare a clienților permite obținerea unui efect de pârgie, care ar putea fi foarte important pentru rentabilitatea oricărei întreprinderi. Astfel, fidelizarea unui client permite amortizarea costurilor de achiziție: costul păstrării unui client este de la 5 până la 10 ori mai mic față de costul cuceririi unuia nou. O diminuare cu 5% a migrării clienților conduce, pe termen lung, la o creștere cu până la 85% a câștigului întreprinderii pe un client”. (5) Pe această linie se înregistrează: reducerea costurilor legate de derularea relațiilor cu clienții, prin concentrarea acțiunilor, în principal asupra clienților fideli; reducerea costurilor „non-calității” prin implicarea clienților în procesul de îmbunătățire a serviciilor; posibilitatea reducerii costurilor de tranzacționare prin noile soluții de comunicare (de exemplu, prin realizarea de comenzi electronice privind serviciile, Internetul).

Un management sistematic de fidelizare a consumatorilor are, totodată, o influență pozitivă asupra volumului prestațiilor realizate și, implicit, asupra cifrei de afaceri. Astfel, clienții atașați de întreprindere au o anumită predispoziție de a accepta prețuri mai ridicate decât ceilalți clienți, creându-se pentru respectiva întreprindere oportunitatea practicării unor prețuri mai ridicate. De asemenea, în cazul clienților loiali se poate observa o frecvență mai mare a cumpărărilor de produse și servicii, rezultând efecte pozitive asupra volumului prestațiilor realizate de întreprindere, potențialul de crossbuying putând fi mai ușor valorificat. Toate aceste efecte duc la creșterea cifrei de afaceri și a beneficiilor întreprinderii. Dar cel mai important beneficiu obținut de la clienții fideli este **tendința puternică a acestora de a recomanda întreprinderea**, recomandările lor fiind competente și adresate persoanelor care constituie ținta întreprinderii vizate.

Considerăm că demersul realizării obiectivului fidelizării clienților este unul deosebit de complex. Sintetizând opiniile care apar în literatura de specialitate, considerăm că *acest demers va presupune din partea întreprinderii:*

- elaborarea unei strategii de fidelizare a clienților, respectiv stabilirea modalităților de fidelizare (de exemplu, oferte personalizate de produse și servicii, servicii suplimentare, direct-mail, cluburi de clienți, marketing telefonic, comenzi on-line etc.);
- construirea unei baze de date cu privire la clienți, care trebuie actualizată în mod continuu, din care să fie extrase datele referitoare la clienți pentru a fi folosite în cadrul măsurilor de fidelizare;
- desfășurarea de analize privind satisfacția clienților, care presupune realizarea de anchete privind, mai ales, satisfacerea lor, intențiile de repetare a cumpărării, de recomandare a ofertei de produse și servicii altor clienți potențiali;
- stabilirea standardelor de performanță, ce se referă la fixarea normelor de calitate pentru satisfacerea clienților și verificarea periodică a respectării acestora;
- analiza comportamentului de cumpărare a clienților are în vedere determinarea și interpretarea unor indicatori care țin de comportamentul efectiv și observabil, cum sunt: rata de revenire pentru cumpărare, intensitatea consumurilor de servicii, numărul migrărilor către alți ofertanți.

Fidelizarea clienților, pe de altă parte, solicită activități de analiză a percepției clientului cu privire la conceptul de valoare și procesele creatoare de valoare, percepție care merită a fi analizată în studii privind dezvoltarea relațiilor cu clienții. *Modelul propus pentru evaluarea satisfacției clienților și elaborarea programelor de fidelitate constă în două etape principale:*



- Culegerea de date și informații relevante referitoare la satisfacția clientului și percepția acestuia cu privire la conceptul de valoare și evaluarea performanței organizației;
- Utilizarea feed-back-ului clientului pentru dezvoltarea unor programe de îmbunătățire, având ca scop creșterea satisfacției clienților și fidelizarea celor importanți.

Totuși, fidelizarea consumatorilor nu se menține de la sine, ea există atât timp cât consumatorul consideră că primește o valoare suplimentară – concretizată în raportul calitate-preț – față de altă întreprindere ce oferă servicii similare.

Trebuie să menționăm că o condiție deosebit de importantă pentru atingerea obiectivelor satisfacției consumatorilor și fidelizării acestora o constituie **satisfacția angajaților** întreprinderii. Personalul este responsabil pentru oferirea serviciilor de calitate superioară și furnizarea satisfacției consumatorului. Astfel, devine evident faptul că atitudinile și comportamentul angajaților pot crește sau diminua reputația firmei.

**Concluzii.** În vederea creșterii satisfacției clienților și fidelizării celor importanți, dar și pentru a ră-

mâne competitive pe piață, întreprinderile adoptă o abordare relativ nouă – *orientarea către client*, în comparație cu cea tradițională – *căutarea de clienți*. De asemenea, este imperios ca întreprinderile să identifice și să culegă în permanență date și informații referitoare la clienți, pentru a răspunde obiectivelor lor prioritare.

Evaluarea satisfacției clienților și fidelizarea acestora trebuie să reprezinte un obiectiv pe termen mediu și lung al întreprinderii și trebuie să fie corelată cu indicatorii de performanță ai acesteia. O întreprindere orientată către clienți, cu programe de fidelizare bine structurate și implementate, este în măsură să previzioneze comportamentele viitoare ale acestora și, ca urmare, să le satisfacă mai bine necesitățile și așteptările. Cunoscând ceea ce creează valoare pentru client, colectând și analizând date și informații relevante referitoare la clienți, adoptând în mod constant și dinamic metodologii care corespund cerințelor acestora, întreprinderile vor deveni capabile să dezvolte relații de lungă durată cu clienții care pot oferi beneficii tuturor părților interesate.

#### Bibliografie:

1. J. Gary. *Comportamentul Organizațional*, București, Editura Economică, 1998
2. O. State. *Cultura organizației și managementul*, [www.biblioteca.ase.ro/resurse/resurse\\_electronice/cursuri.php](http://www.biblioteca.ase.ro/resurse/resurse_electronice/cursuri.php)
3. O. Niculescu, I. Verboncu. *Fundamentele managementului organizațional*, [www.biblioteca.ase.ro/resurse/resurse\\_electronice/cursuri.php](http://www.biblioteca.ase.ro/resurse/resurse_electronice/cursuri.php)
4. C. Păunescu. *Model de evaluare a satisfacției clienților pentru întreprinderile mici și mijlocii* /Carmen Păunescu/ Amfiteatru economic – nr. 20, Iunie 2006, București
5. Studii Elipse-Marketing – [http://www.ellipse-marketing.ro/satisfactie-clienti\\_ro.html](http://www.ellipse-marketing.ro/satisfactie-clienti_ro.html)

## BRANDUL URBAN CA FACTOR DE PROMOVARE A IMAGINII ORAȘELOR

*Drd. Irina IONIȚĂ, ASEM*

*City Branding is a discipline that is developing fast and whose theoretical underpinnings have only been developed and put into full practice in recent years. Moldova is only initiating into this fascinating and important topic that will undoubtedly feature on an increasing number of cities' agendas in the near future.*

Orașele au fost întotdeauna branduri, în cel mai adevărat sens al cuvântului. Parisul denotă romanism, Milanul este stil, iar New York-ul reprezintă energie. Un clasament al megalopolisurilor (elaborat de către revista "Smart Money") plasează Moscova pe locul 4 în lume, în baza bugetului său municipal. În lista celor 18 orașe globale, localizate pe 4 continente, cea de-a 'treia Romă' cedează în fața orașelor ca Tokyo, New York și Berlin, dar întrece Londra, Seul-ul și Pekinul. Capul listei a fost ocupat de către orașele ale căror bugete sunt comparabile cu cifra de afaceri ale celor mai mari corporații ale lumii. Șapte orașe din acest rating, fiecare cu câte un buget anual mai mare

de 14 mlrd.USD, ar putea intra cu ușurință în topul celor mai bogate 500 corporații ale lumii, rating condus în fiecare an de către revista „Fortune”. New York-ul, cu bugetul său de 50,2 mlrd. USD (2006), ar ocupa locul 110, după Johnson&Johnson, dar întrecând Unileverul. Moscova, cu un consum de 21,3 mlrd. USD (pentru comparație Coca-Cola – 23,1 mlrd. USD), ar ocupa locul 298 în listă. Din rândul companiilor rusești, numai "Gazprom"-ul (50,8 mlrd. USD) și "LUKOIL"-ul (46,3 mlrd. USD) ar întrece-o. [1]

Branding-ul urban este o disciplină care se dezvoltă rapid și ale cărei baze teoretice au fost dezvoltate și puse în practică de curând. Moldova abia se

inițiază în acest subiect fascinant și important, care va figura în mod sigur pe agendele unui număr tot mai mare de orașe în viitorul apropiat. Din ce în ce mai mult, orașele concurează între ele pentru a atrage atenție, investiții, vizitatori, cumpărători, talente, evenimente etc. Dezvoltarea accelerată și intensivă din ziua de astăzi a condus la lupta dintre ariile urbane pentru o părticică mai mare în inima și mintea oamenilor.

*Cum poate un oraș să se promoveze ca brand?* Este necesară o regândire sinceră a ceea ce oferă și ce va putea oferi orașul în viitorul apropiat sau mai îndepărtat. Ce poate fi creat de o asemenea valoare pentru oraș, încât agenții economici și instituțiile rezidente să dorească să rămână, ce va atrage investitorii, vizitatorii și talentele, și va motiva comentarii și „influențatorii” să recomande orașul? Un brand al orașului constituie promisiunea unei valori. El constă în crearea intenționată, dezvoltarea și demonstrarea acestei valori prin acțiuni și activități ‘on brand’ care constau din investiții, planificare spațială și economică, programe de atracție, evenimente, comunicare etc.

Brandingul urban nu ține doar de responsabilitatea autorităților locale sau a departamentelor primăriei, sau a anumitor agenții. El constituie o responsabilitate comună a principalilor parteneri ai orașului, care trebuie să întreprindă acțiuni concrete pentru atingerea obiectivelor orașului. Aceste acțiuni pot fi implementate printr-un șir de etape (*etapele brandingului urban*):

**1. Analiza situației prezente (Status Quo).**

Brandul curent al unui oraș este format din dezvoltarea sa istorică, politicile implementate până la moment și modul în care orașul s-a prezentat grupurilor specifice. Doar atunci când cunoaștem care sunt aceste percepții, putem începe să determinăm modul în care dorim să modelăm percepțiile viitoare în favoarea orașului.

**2. Prognozarea viziunii de viitor al orașului.**

Simultan, liderii parteneriatului de brand trebuie să pună în discuție și să decidă asupra viziunii de viitor al orașului: cum va arăta orașul în 10/20/30 de ani ca loc de trai, învățământ, activitate profesională, agrement, vizită, investire etc.?

**3. Schițarea strategiei de brand al orașului.**

Odată ce este aleasă opțiunea strategică de brand – ea trebuie să fie transpusă în acțiuni, politici, planuri concrete, investiții, inițiative comune, evenimente culturale și sportive etc. Pentru a aduce brandul la viață, orașul trebuie să opereze într-o manieră care este în acord cu strategia de brand aleasă, cu alte cuvinte, trebuie să opereze ‘on brand’. Aceasta poartă implicații asupra modului în care orașul face față amenajării sale spațiale, arhitecturii sale

existente și noi, transportului său (public), managementului spațiilor publice, în care încearcă să încurajeze, să rețină și să atragă agenți economici și instituții, căutând să atragă și să rețină anumite grupuri de rezidenți.

**4. Realizarea brand-ului orașului.** Este important ca partenerii-cheie să realizeze și să identifice din multitudinea de activități care anume vor avea un impact semnificativ asupra imaginii de brand pe care doresc să-o creeze. Numai atunci ei vor putea alege activitățile ‘on brand’ adecvate și le vor putea programa astfel, încât să aibă un impact maxim și să construiască una pe alta pentru un impact cumulativ.

**5. Menținerea brandului în viață.** Partenerii trebuie să corecteze strategia în cazul în care ea merge greșit, să intervină cu alte opțiuni și idei, dar mai ales să o mențină în curs, să aibă grijă ca orașul să nu revină la rutina sa veche odată cu finalizarea dezvoltării strategiei de brand.

**6. Monitorizarea progresului.** În cele din urmă, strategia aleasă trebuie să fie suficient de rigidă pentru a rezista șocurilor și crizelor, însă în același timp trebuie evitat efectul static sau inflexibil. Trebuie să existe o metodă unică de monitorizare a progresului și de evaluare a impactului investițiilor în brand, a acțiunilor și inițiativelor. De obicei, măsurările constituie un mix de indicatori generali (e.g. sociali, economici), factori de succes pe inițiative specifice (e.g. numărul de vizitatori, volumul de investiții, locurile de muncă create). Cel mai important aspect al tuturor acestor măsurări este ca rezultatele să fie utilizate efectiv la menținerea brandului pe calea aleasă, precum și pentru a face unele modificări și ajustări ale strategiei și procesului de implementare acolo unde și când va fi necesar.

Pentru a măsura „puterea și apelul” imaginii unui brand, se utilizează Indicele Brandului Urban. El ne relatează percepția consumatorilor din întreaga lume a caracterului și personalității brandului. Primăriile orașelor din întreaga lume încorporează Indicele Brandului Urban în inițiativele lor de cercetare în scopul de: a compara imaginea orașului dat față de cea a concurenților săi regionali, a identifica orașele ce constituie concurența reală, a crea mai multă înțelegere și cooperare între parteneri și sectoare prin demonstrarea modului în care aceștia ar putea contribui la dezvoltarea brandului orașului respectiv, a urmări progresul în dezvoltarea imaginii lui, a „crea mândrie” în profilul internațional al acestuia, a atrage mai eficient investițiile etc. [2].

*Indicele Brandului Urban este determinat în termeni de șase componente: **Prezența** – statutul și poziția internațională a orașului, **Localizarea** – frumusețea, climatul și alte atribute fizice ale orașului, **Potențialul***

– oportunitățile economice și educaționale ale orașului, **Pulsul** – atracția urbană și stilul de viață, **Oamenii** – bunăvoința, deschiderea, diversitatea culturală și siguranța și **Infrastructura** – calitățile de bază ale orașului, inclusiv hotelurile, școlile, transportul public și sportul.

Urmărind istoria urbană (1960-1990), economiștii de la Harvard – Ed Glazer, Jose Sheinkman și Andrew Shleifer, au realizat faptul că populația și veniturile au înregistrat cele mai mari creșteri în localitățile urbane cu un nivel scăzut al șomajului, cu o pondere mai mare a locuitorilor cu studii medii sau superioare și cu o capacitate adecvată a administrației orașului de a contracta credite. Într-o altă lucrare, Glazer împreună cu Jed Kolko și Albert Sais au demonstrat că orașele care au reușit să se transforme în “mașini de consum” se dezvoltă mai rapid. Spre exemplu, în anii 1980’ și 1990’ – în Franța și America – cele mai dinamice dezvoltări au fost realizate de către orașele cu cel mai mare număr de restaurante și teatre pe cap de locuitor. Un alt factor, după părerea lui Mahrova, constă în atragerea în oraș a celei mai ‘creative vârste’ a populației, reprezentate de locuitorii între 25-34 ani. Ca o recomandare din partea economiștilor menționați mai sus, primarii de orașe trebuie să evite opunerea venirii inevitabile a “dictaturii consumatorului”. Ei susțin că încercările de a reține companiile industriale ar putea aduce mai multe dezavantaje decât beneficii, diminuând atractivitatea orașului pentru locuitorii mai înstăriți [1]. *Astfel, putem concluda că brandul unui oraș reprezintă mai mult decât un slogan sau o campanie promoțională.*

Branding-ul urban se referă la adăugarea unui nivel emoțional imaginii unui oraș; de asemenea, se referă la promovarea calităților netangibile, cum sunt atât „sufletul” și „valorile” orașului, cât și „senzațiile” sau „dispoziția” pe care le experimentează un vizitator sau locuitor al lui. Poziționat cu succes, brandul unui oraș va constitui totalitatea gândurilor, emoțiilor, sentimentelor, asocierilor și așteptărilor care vin în mintea clientului atunci când acesta este expus numelui orașului, logo-ului, produselor, serviciilor, evenimentelor sau oricărui design sau simbol care îl reprezintă.

Branding-ul urban necesită o dedicare pe termen lung, implicând eforturi care generează rezultate crescânde. O condiție a brandingului urban de succes este astfel, încât factorii de decizie să nu fie în căutarea doar a rezultatelor pe termen scurt.

Branding-ul urban trebuie să fie însoțit de acțiuni concrete, cum ar fi proiecte de dezvoltare urbană, activități de îmbunătățire a mediului orașului sau a instruirilor privind ospitalitatea persoanelor care activează în sectorul comercial și turistic.

Pentru a fi eficientă, pregătirea unei strategii de brand necesită integrarea și alinierea politicilor de marketing, de comunicare, de relații publice, de planificare spațială și design urban, precum și de dezvoltare economică și de business. Este foarte important ca partenerii de brand să-și recunoască rolul lor de ambasadori ai brandului orașului lor [3]. Numai atunci orașul va putea realiza acel „punct de diferență” la care grupurile îl vor alege anume pe el față de concurența sa.

#### Bibliografie:

1. Revista „Smart Money”, No.2, [43] 22.01.2007, page 52, “Трениум Рум у Муп”
2. <http://www.insightcafe.com/product.php?x=11>
3. City Branding. *How Cities Compete in the 21<sup>st</sup> Century*. Sicco van Gelder, Malcolm Allan

## INDICATORII SOCIALI ȘI DE MEDIU ÎN CONDIȚIILE DEZVOLTĂRII DURABILE

**Prof. univ. dr. Neculai TABĂRĂ;**  
**Prof. univ. dr. Emil HOROMNEA;**  
**Drd. Florian Marcel NUȚĂ,**  
**Universitatea „Al. I. Cuza” Iași, România**

*Dans l'article sont étudiés les indicateurs sociaux dans les conditions du développement durable. Egalement l'article présente la caractéristique générale et les types des indicateurs sociaux:*

- *du résultat, ce qui permet d'apprécier l'état du système social;*
- *de la production, ce qui sert à montrer par quels moyens ont été obtenus les résultats;*
- *des moyens d'action, qui mesurent les entrées nécessaires pour la réalisation des produits.*

*Une attention particulière est accordée aux principes et aux objectifs du système des indicateurs sociaux.*

### **Delimitări conceptuale privind indicatorii sociali**

Indicatorii servesc pentru cunoașterea sub aspect cantitativ și calitativ a fenomenelor și proceselor social-economice. Pentru caracterizarea multilaterală a stării și a dezvoltării acestor fenomene și procese, s-au elaborat sisteme de indicatori statistici specifici fiecărei ramuri a producției materiale.

Conceptul de sistem de indicatori economico-sociali capătă, în afara unei funcții informaționale multilaterale, și o funcție metodologică în cercetare. Cercetarea științifică s-a orientat spre formarea de indicatori capabili să măsoare performanțele sociale sub aspectul calitativ și care să permită comparabilitatea în timp, prin raportarea la conceptul de calitate a vieții.

Interdependența crescută a activității sociale, interrelațiile dintre activitatea economică și celelalte domenii ale vieții sociale presupun importante modificări în modul de a măsura și evalua dinamica economică și socială. Se observă tendința de a depăși stadiul evaluării cantitative a performanțelor dinamicii sistemului social la nivel global, ca și la nivel sectorial, prin preocupări privind calitatea activităților.

Măsurarea schimbărilor sociale, a performanțelor unui sistem social nu se poate reduce la operațiuni privind stabilirea dimensiunilor obiective ale fenomenelor și proceselor sociale. În toate problemele sociale intervin dimensiuni subiective, care completează informațiile primite pe calea interpretării obiective.

Cercetările privind indicatorii sociali constituie o deschidere în știință, cu implicații numeroase și fertile. Se acceptă, în general, că în elaborarea indicatorilor sociali un rol important îl au seriile statistice, care permit comparații pe o lungă perioadă de timp, informațiile statistice fiind prelucrate în moduri diferite pentru a servi scopului stabilit.

Preocupările în direcția elaborării indicatorilor sociali sunt de dată mai veche. Sunt cunoscute, în acest sens, începuturile făcute de școala William Ogburn

(1933), lucrările sociologilor și statisticienilor americani R.A. Bauer (1966), W.E. Moore (1965), E.B. Schledom (1968), ale francezului J. Delors (1968), O.T. Duncon (1969) și alții.

Un interes științific deosebit îl prezintă studiile referitoare la indicatorii sociali, prezentate în *Revue Internationale de Sciences Sociales* nr.1/1975, între care cel al lui Kenneth Land, *Théorie, modèles et indicateurs du changement social*. În acest cadru, K. Land, după ce analizează critic diferite opinii, propune o definiție generică, în sensul că "indicatorii sociali sunt repere care măsoară elementele condiției sociale ale diverselor categorii ale populației și evoluția acestora în timp". El consideră că indicatorii sociali servesc la măsurarea aspectelor obiective și subiective. Fiecare indicator social trebuie să exprime exhaustiv și semnificativ un domeniu al socialului. De aici, necesitatea de a constitui cadrul teoretic care să permită atât selectarea indicatorilor necesari, cât și corelarea după criterii științifice. Sistemul indicatorilor sociali capătă o rațiune datorită relațiilor sale cu structura socială reală a societății și cu dinamica reală a acestei structuri. În acest fel, indicatorii care fac parte din sistem vor măsura și evalua nu numai stările actuale, ci vor servi și pentru anticiparea schimbărilor viitoare posibile.

Informațiile grupate în serii statistice sunt analizate, prelucrate și grupate în indicatori semnificativi, capabili să scoată în evidență un sistem de relații între datele culese și realitatea socială. În cercetările sale, J. Delors se referă la posibilitățile indicatorilor sociali de a exprima, printr-un ansamblu de date cuantificate, starea unei națiuni pe diferite domenii ale activității economice și sociale. În această viziune, indicatorii reflectă bogăția, diversitatea și complexitatea dezvoltării sociale. Alte opinii au în vedere necesitatea ca schimbările care au loc în practica și teoria dezvoltării să fie însoțite de schimbări corespunzătoare în indicatorii dezvoltării, precum și în conceptul de indicatori sociali ai întreprinderii și rolul acestora în analiza activității economico-sociale.

Indicatorii sociali sunt repere cantitative care măsoară un element al realității sociale și permit interpretarea statistică a noțiunii de „calitate a vieții”. Comisia de statistică a ONU preconizează elaborarea de indicatori sociali în unsprezece domenii. În fiecare dintre acestea, indicatorii pot fi obiectivi și subiectivi.

#### Tipuri de indicatori sociali

Se pot distinge trei tipuri de indicatori:

- **de rezultate**, care permit aprecierea stării sistemului social;
- **de producție**, care arată prin ce mijloace s-au obținut rezultatele;
- **de mijloace de acțiune**, care măsoară intrările-le ce permit realizarea produsului.

Numai indicatorii de rezultat măsoară sau mai curând abordează (apreciază) bunăstarea. Cealaltii indicatori sociali sunt intermediari. Indicatorii de rezultat ar trebui să poată exprima semnificația socială a rezultatelor fizice exprimate. În condițiile unor baterii de indicatori sociali, apare ideea unei agregări pentru a obține un indicator sintetic (indice al nivelului de viață, al bunăstării naționale nete etc.). Se încearcă astfel măsurarea calității vieții în diverse țări, zone, județe, orașe.

Comisia de Statistică a ONU a calculat astfel un indice al nivelului de viață pentru a permite comparații internaționale între țările dezvoltate și subdezvoltate mai semnificative decât cele care rezultă din comparațiile venitului național pe cap de locuitor. Acești indicatori sintetici se bazează pe același principiu: indicatorii sociali elementari, exprimați în unități diverse, sunt transformați în indici și indicele sintetic este o medie ponderată a acestor indici elementari. Inconveniențele agregării acestor indicatori sociali sunt numeroase și la această practică se renunță treptat.

Analiza vieții social-economice pe baza unui sistem de indicatori sociali este preferabilă unui indice sintetic, care se referă la un sistem de valori implicit mai ușor de elaborat într-o societate în care există un anumit consens privind obiectivele sociale de atins.

Se calculează un indice al nivelului de viață, care permite comparații între țările dezvoltate și cele subdezvoltate mai semnificative decât cele care rezultă din comparațiile venitului național pe locuitor.

Indicatorii sociali ne informează asupra unui aspect al vieții sociale și al modificărilor acesteia. Diversele aspecte ale vieții sociale fiind adesea necuantificabile, alegerea unui indicator revine la identificarea celei mai proprii variabile cantitative, care să țină seama de variabila calitativă și de evoluția sa. În acest context, se poate vorbi de tipologia indicatorilor săi.

Potrivit genului de informații furnizat, a modului de utilizare și a metodei de elaborare a indicatorilor, se deosebesc:

- **indicatori obiectivi și subiectivi;**
- **indicatori de producție și de rezultate, de acțiune și de schimbare socială;**
- **indicatori simpli și sintetici.**

Tendența de a completa indicatorii obiectivi prin indicatorii subiectivi pare insuficientă la mulți autori, ceea ce demonstrează că adevărata problemă este de a regândi indicatorii sociali într-o optică mai puțin economică și mai mult sociologică, ținând cont de factorii sociali-culturali care condiționează influența pe care o situație dată o exercită asupra bunăstării membrilor unei societăți.

Cercetarea indicatorilor sociali se înscrie în înțelegerea globală a fenomenelor sociale al căror sistem este unul din instrumentele de raționalizare. În afara utilizării lor în calculul economic, acești indicatori sunt destinați informării publice. “Dacă indicatorii sociali constituie o încercare de a lărgi sfera cuantificabilă, pare inutil și periculos să se măsoare totul”. Pichot arată că indicatorii sociali nu pot înlocui descrierea sistematică a realității prin sistemul conturilor, dar subliniază necesitatea completării informațiilor contabile cu informații de natură ecologică și socio-demografică.

La rândul ei, Judith Innes de Neufville, în lucrarea *Social indicators and Public Policy*, reușește să prezinte cele mai semnificative aspecte ale teoriei și practicii indicatorilor sociali, pornind de la problemele măsurării în științele sociale și posibilitățile statisticii sociale de sistematizare a indicatorilor de dezvoltare. Ca și K. Land, editorul lucrării, autoarea prezintă tipologia indicatorilor sociali de mișcare și rolul acestora în analiză. De asemenea, ea tratează aspecte referitoare la corectarea și structurarea datelor statistice, instituționalizarea și utilizarea indicatorilor sociali.

Prezentarea unor opinii din literatura de specialitate cu ceea ce au adus ele nou și semnificativ în domeniul indicatorilor sociali impune unele precizări. La momentul actual, este necesară o “reevaluare a științelor sociale”, o trecere de la studiul multidisciplinarității spre delimitarea domeniilor disciplinelor sociale. În acest fel, regândirea informației științifice tinde să impună o nouă atitudine disciplinelor sociale<sup>1</sup>. Toate au de luat în considerare același ansamblu, care este societatea, dar ele se prezintă cu modul lor specific de acțiune asupra întregului. Științelor sociale le revine sarcina de a asigura noi conceptualizări în sistemul regândit al informației sociale. Indicatorii cu care se operează în științele sociale își au conținutul lor social evolutiv. Când vorbim de reevaluarea științelor sociale, ținem seama și de rolul sistemului informațional modern<sup>2</sup>.

Măsurarea mișcărilor și a modificărilor structurale ce se produc în cadrul colectivităților sociale

<sup>1</sup> Bărbat, Alexandru, Gândirea reală în statistica socială, comunicare, Consfătuirea Științifică a D.C.S., 27-29 decembrie 1977, pe tema: “Probleme actuale și de perspectivă ale statisticii economice și sociale”

<sup>2</sup> Zezi Piatier, A., Reflections sur l'information et les statistiques internationales, în Revue Internationale des Sciences Sociales, nr. 3/1976, vol. XXVIII, L'economie de l'information pour les economistes



reprezintă operația de bază ce are loc în activitatea de laborator a științelor sociale și care se identifică cu recoltarea datelor corespunzătoare fenomenelor cuprinse în observație. În esență, măsurarea înseamnă sesizarea momentelor sociale semnificative ce au loc pe treptele dezvoltării în sfera colectivităților sociale și evaluarea lor, prin raportare la o unitate specifică – cantă socială – ce poate fi luată în considerare pentru orice grup de colectivități cu același rol funcțional. Toți indicatorii sociali își găsesc elementele fundamentale de calcul în aceste măsurări. Ei nu sunt decât forme generalizate și de combinare logică a mișcărilor și mutațiilor ce se produc în sfera colectivităților. Pe treapta de bază apar generalizările cu indicatorii corespunzători. Pe o treaptă superioară se situează combinațiile logice între valorile specifice obținute la nivelul treptei de bază. Pe prima treaptă apar erori de măsurare, iar pe treapta a doua – erorile conceptuale.

„Filosofia erorilor comandă însăși inteligența statisticii”, subliniază Henry Guittou în prefața lucrării *L'illusion statistique* a lui Oskar Morgenstern.

Sistemul de indicatori constituie partea principală a sistemului informațional economico-social, întrucât prin intermediul acestuia se caracterizează din multiple puncte de vedere și sub forme variate nivelul, structura și dinamica dezvoltării economiei naționale în ansamblu, a ramurilor, a unităților administrativ-teritoriale și a celor economico-sociale.

În principiu, indicatorii trebuie concepuți în așa manieră, încât să permită caracterizarea multilaterală a fenomenelor și proceselor economico-sociale, să scoată în evidență și să măsoare influența anumitor factori asupra fenomenelor cu care aceștia sunt în legătură directă sau indirectă. Pentru a satisface aceste cerințe, indicatorii trebuie să faciliteze sesizarea legăturilor cauzale dintre fenomenele economice la care se referă și stabilirea intensității acestor legături. De asemenea, ei trebuie să facă posibilă interpretarea fenomenelor economice prin prisma configurației și structurii acestora, dar nu ca sumă a părților, ci ca o sinteză a lor, abordare care face ca întregul să reprezinte un indicator calitativ diferit de suma elementelor componente. În acest fel, se asigură o viziune sistemică asupra indicatorilor, în sensul ca fiecare unitate să fie privită ca un sistem economico-social deosebit, cu indicatori care furnizează informațiile necesare funcționării conducerii și controlului într-o concepție unitară.

#### **Principii ale structurării sistemului de indicatori sociali**

*La baza sistemului de indicatori stau următoarele principii:*

- **principiul unității metodologice a indicatorilor**, potrivit căruia culegerea, prelucrarea și transmiterea informațiilor trebuie să se efectueze pe bază de forme unitare obligatorii pentru furnizorii și utilizatorii de informații,

indiferent de nivelul lor ierarhic. Unitatea metodologică a indicatorilor se realizează, de asemenea, prin proiectarea unor sfere unitare de cuprindere, definiții unitare, metode unitare de evaluare și calcul etc.;

- **principiul comparabilității indicatorilor**, care se referă la posibilitatea comparării indicatorilor folosiți în alte perioade și cu sistemele adoptate pe plan internațional;
- **principiul integrării și agregării datelor**, care se bazează pe culegerea unică și pe canalul unic de transmitere;
- **principiul ierarhizării indicatorilor** în diferite trepte organizatorice, care asigură degrevarea treptelor superioare de informațiile de amănunt și folosirea indicatorilor sintetici;
- **principiul extinderii și perfecționării indicatorilor**, potrivit căruia ansamblul de indicatori trebuie conceput astfel, încât să facă posibilă dezvoltarea și perfecționarea pe parcurs;
- **principiul eficienței maxime** în culegerea, prelucrarea, stocarea și transmiterea informațiilor;
- **principiul automatizării**, care presupune posibilitatea culegerii, transmiterii, prelucrării și stocării cu mijloace electronice ale informației economice.

Integrarea indicatorilor într-un ansamblu corelat asigură condițiile pentru analiza multilaterală a fenomenelor social-economice și fundamentarea deciziei lor pe informații verificate.

În același sens, indicatorii sociali permit înțelegerea noțiunii de calitate a vieții.

#### **Obiectivele sistemului de indicatori sociali**

*Obiectivele acestui sistem sunt:*

- măsurarea evoluției elementelor caracteristice domeniului, în scopul de a descoperi dificultățile posibile și de a evalua progresele în raport cu scopurile explicite sau general acceptate;
- măsurarea eficacității politicii aplicate și a serviciilor oferite de administrații;
- determinarea factorilor-cheie care sunt la originea schimbărilor sociale.

#### **Indicatorii sociali – o temă de actualitate**

Spiritul în care indicatorii sociali se dezvoltă în perioada actuală este cu totul altfel. Este vorba de a evalua politicile publice despre evoluția societății în întregime. Indicatorii constituie mai mult un instrument de evaluare democratică decât unul de gestiune.

Conform destinatarului și utilizării lor, indicatorii pot îndeplini în procesul democratic una sau mai multe funcții. Ei pot servi drept bază de informare pentru decizia politică (utilizare internă). Ei pot îndeplini o funcție de evaluare internă și/sau externă, așa cum este demersul indicatorilor sociali. Ei pot constitui elemente ale unei definiții colective ale unei lumi

comune (scopuri de îndeplinit, norme de respectat) și instrumente utilizate în acest scop (măsurarea bunăstării). Primele două utilizări sunt foarte cunoscute, a treia este mult mai puțin și aproape ignorată. Ori este importantă în special în ceea ce privește dezvoltarea durabilă.

Față de un anumit dezinteres privind rolul informației statistice în procesul democratic, analiza rolului anchetelor sociale în raport cu politica<sup>3</sup>, un public reprezintă ceea ce se constituie pornind de la luarea cunoștinței de faptul că unele tranzacții sau activități private pot genera consecințe care afectează părți exterioare acestor tranzacții. Este vorba de conștientizarea externalităților negative.

Tranzacțiile sau acțiunile ale căror consecințe afectează grupurile sau indivizii, alții decât cei implicați, sunt în responsabilitatea domeniului public și fac obiectul reglementării și controlului. În schimb, din momentul în care ele nu mai sunt considerate ca purtătoare de consecințe indirecte, unele activități, până atunci integrate în domeniul public, pot fi trecute în sfera privată. Una dintre problemele politice majore

ale erei tehnologiei este că astfel de consecințe ale anumitor comportamente individuale sau de grup nu mai pot fi cunoscute fără o anchetă socială, respectiv o investigație științifică în domeniul social.

Exigențele dezvoltării durabile arată o neliniște crescândă față de efectele pe termen lung și amploarea de nesuportat a tranzacțiilor și comportamentelor respective: schimbările climatice legate de emisiile de gaze cu efect de seră. Anchetele sociale au determinat luarea la cunoștința că aceste comportamente ar putea afecta durabil și ireversibil ființele umane. Aceasta explică pentru ce anumite comportamente care privesc exclusiv sfera privată încep să treacă în sfera publică. În acest sens, în gestiunea deșeurilor domestice, statul intervine din ce în ce mai mult prin intermediul reglementărilor, stimulentele fiscale.

Suntem departe de a putea aprecia consecințele de mediu (ecologice) și sociopolitice indirecte ale modalităților de producție și consum. Indicatorii dezvoltării durabile constituie elemente esențiale pentru obținerea informațiilor necesare prin intermediul anchetelor speciale.

#### Bibliografie:

1. Bărbat, A., *Gândirea reală în statistica socială, comunicare*, Consfătuirea Științifică a D.C.S., 27-29 decembrie 1977, pe tema: "Probleme actuale și de perspectivă ale statisticii economice și sociale".
2. Boulanger, P.-M. (IDD), *Les indicateurs de développement durable: un défi scientifique, un enjeu démocratique*, Séminaire de l'IDDRI, n°12, Institut du développement durable et des relations internationales, juillet 2004.
3. Dewey, J., *Le public et ses problèmes*. Publications de l'université de Pau. Farrago/Editions Léo Scheer (1927), 2003.
4. Nyman, M., *Sustainable development indicators for Sweden. Concepts and framework. Technical report*, Statistics Sweden, April. Disponible à l'adresse :<http://www.scb.se/eng/omscb/eu/eu.asp>, 2003.
5. Perret, B., *Indicateurs sociaux. Etat des lieux et perspectives*. Les Papiers du CERC 2002-01, Conseil de l'emploi, des revenus et de la cohésion sociale, Paris, janvier 2002.
6. Piatier, A., *Reflections sur l'information et les statistiques internationales*, în *Revue Internationale des Sciences Sociales*, nr. 3/1976, vol. XXVIII, L'economie de l'information pour les économistes.
7. Sen, A., *Un nouveau modèle économique. Développement, justice, liberté*. Editions Odile Jacob, Paris, 2000.
8. Stiglitz, J., *Participation and development: Perspectives from the comprehensive development paradigm*. *Review of Development Economics*, 6(2)2002.
9. Tabără N., *Concepții privind sistemul de indicatori economico-sociali ca instrument de cunoaștere și analiză*, *Revista Română de Statistică* nr. 7-8/1993, Ed. Comisia Națională pentru Statistică.
10. Tabără, N., *Contabilitatea națională a României. SEC 95*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2005.
11. \*\*\* *Environmental Sustainability Index – benchmarking national environmental stewardship*, 2006.
12. \*\*\* *Environmental Performance Index*, 2007.

<sup>3</sup> Dewey, J., *Le public et ses problèmes*. Publications de l'université de Pau. Farrago/Editions Léo Scheer (1927), 2003

## ANALIZA STATISTICĂ A PIEȚEI MONDIALE ȘI NAȚIONALE DE ASIGURĂRI. ASPECTE CANTITATIVE ȘI CALITATIVE

Conf. univ. dr. Oleg VEREJAN, ASEM

*The worldwide insurance industry in 2005 wrote premiums to the tune of USD 3 426 billion. Life insurance grew by 3,9% and non-life by 0,6%. The 2003/04 trend towards improved capitalisation and profitability continued in 2005 in both life and non-life insurance. Industrialised and emerging markets differed markedly in premium and growth terms: the industrialised countries generated over four fifths of world premiums, or USD 2 999 billion, but grew by only 1,9%. Meanwhile, the emerging markets benefited from their hardening currencies and generated USD 427 billion in premiums, attaining a growth rate of 6,9%. People in industrialised countries spent about 9% of the Gross Domestic Product on life and non-life protection. In the emerging markets, the respective shares ranged from 1,4% in the Middle East and Central Asia to 5% in South and East Asia.*

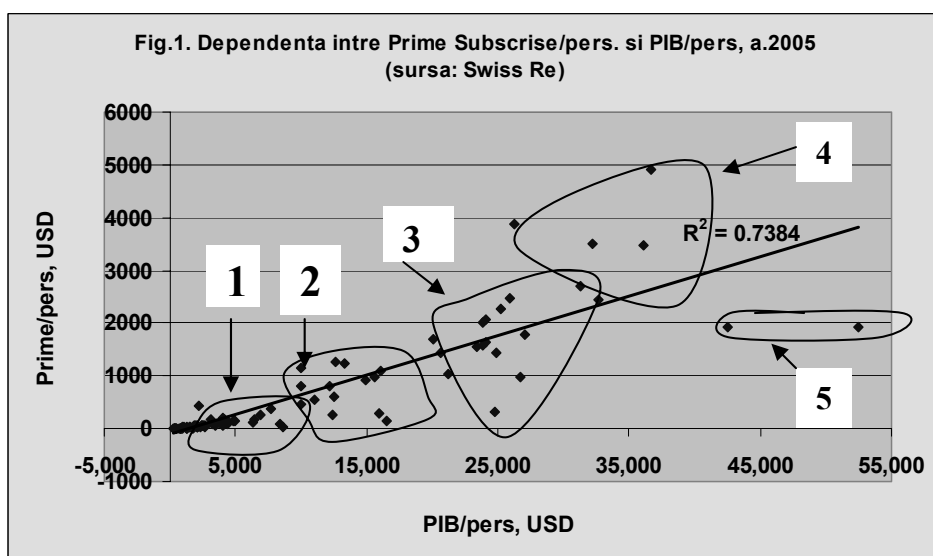
### PIAȚA MONDIALĂ

În anul 2005, pe piața mondială de asigurări s-au subscris prime de peste 3 426 miliarde de dolari americani. Primele subscrise în asigurările de viață au crescut în anul 2005 față de anul precedent cu 3,9%, în timp ce în asigurările generale (non-viață) cu numai 0,6%. Tendința de îmbunătățire a capitalizării și profitabilității pieței, specifică perioadei 2003-2004, s-a menținut și în anul 2005. Se remarcă discrepanțe semnificative între țările dezvoltate și în curs de dezvoltare în ceea ce privește ritmurile de dinamică și valoarea primelor subscrise: statele dezvoltate generează circa 84% din totalul primelor mondiale sau 2 999 miliarde de dolari, însă creșterea relativă este

de numai 1,9%. Stabilitatea valutară de pe piețele în tranziție a condus la o creștere de 6,9%, în timp ce valoarea primelor subscrise constituia aproape 427 miliarde de dolari. **Cheltuielile populației pentru asigurări în statele dezvoltate constituie peste 9% din PIB și numai circa 1,1-5% în statele în tranziție (Moldova 1,1%).**

Privind în ansamblu piața mondială a asigurărilor comerciale, putem menționa următoarele *caracteristici generale*:

1. Se observă că nivelul de dezvoltare a asigurărilor este strict legat de nivelul de dezvoltare a țării și de nivelul de trai al populației (vezi figura 1).

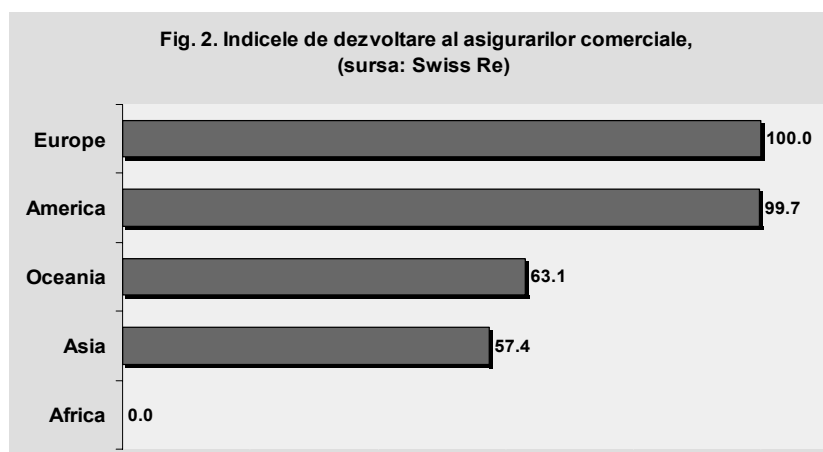


Odată cu creșterea PIB/locuitor, crește și valoarea primelor subscrise ce revine la o persoană. Cu alte cuvinte, cheltuielile populației privind procurarea unei asigurări cresc dacă nivelul de trai este mai mare.

Ca rezultat al analizei dependenței dintre principalii indicatori de intensitate, ce caracterizează gradul de dependență al asigurărilor de nivelul de dezvoltare economică, au fost stabilite următoarele grupe de țări:

Grupa 1						Valori medii	
Saudi Arabia	Lebanon	Argentina	Romania	Morocco	Pakistan	PIB/loc	Prime/loc
Oman	Mauritius	Turkey	Thailand	Honduras	Vietnam		
Trinidad and Tobago	Chile	Brazil	Colombia	Philippines	Nigeria	2726	76
Czech Republic	Malaysia	Dominican Rep.	Guatemala	PR China	Kenya		
Hungary	Lithuania	Russia	Algeria	Ukraine	Bangladesh	USD/loc	USD/loc
Mexico	Venezuela	Bulgaria	Jordan	Sri Lanka	Zimbabwe		
Croatia	Panama	South Africa	Ecuador	Indonesia			
Poland	Latvia	El Salvador	Serbia and Mont.	Ivory Coast			
Slovakia	Uruguay	Tunisia	Iran	Moldova Rep.			
Costa Rica	Jamaica	Peru	Egypt	India			
Grupa 2						Valori medii	
Kuwait	Cyprus	Israel	Slovenia	Taiwan		PIB/loc	Prime/loc
Spain	Greece	New Zealand	Barbados	South Korea			
Bahrain	Portugal	Bahamas	Malta			13076	759
						USD/loc	USD/loc
Grupa 3						Valori medii	
Sweden	Netherlands	United Arab Em.	Belgium	Singapore		PIB/loc	Prime/loc
Iceland	Finland	Germany	Hong Kong	Italy			
United Kingdom	Austria	France	Canada	Australia		24136	1745
						USD/loc	USD/loc
Grupa 4						Valori medii	
Switzerland	United States	Denmark	Japan	Ireland		PIB/loc	Prime/loc
						35200	3407
						USD/loc	USD/loc
Grupa 5						Valori medii	
Luxembourg	Norway					PIB/loc	Prime/loc
						44500	1937
						USD/loc	USD/loc

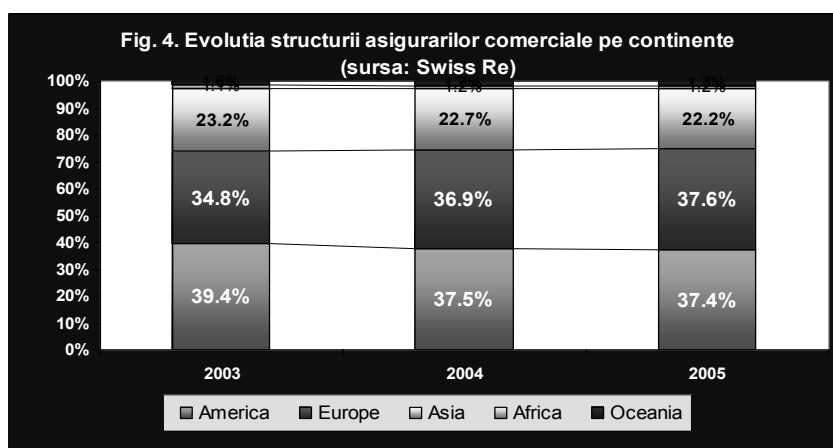
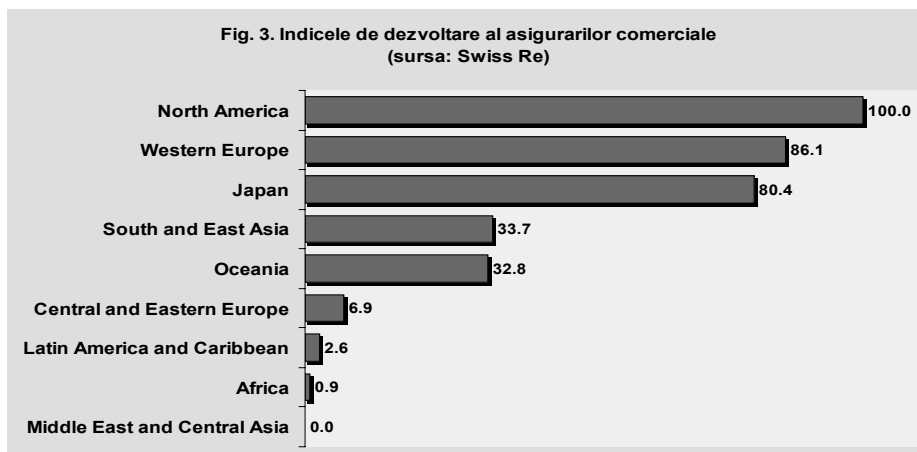
2. Folosind metoda rangurilor exacte, se remarcă o ierarhizare a continentelor și a unor părți ale lumii (figurile 2,3).



3. La calcularea Indicelui de dezvoltare al asigurărilor s-a ținut cont de dinamica asigurărilor în anii 2004, 2005, de densitatea asigurărilor (prime/pers), de gradul de penetrare al asigurărilor în PIB, precum și de structura asigurărilor comerciale pe continente și pe regiuni ale lumii.
- Pentru facilitarea percepției rezultatelor, s-a recurs la transformarea indicatorului într-un indicator cu valori cuprinse în intervalul [0;100]. Valoarea de

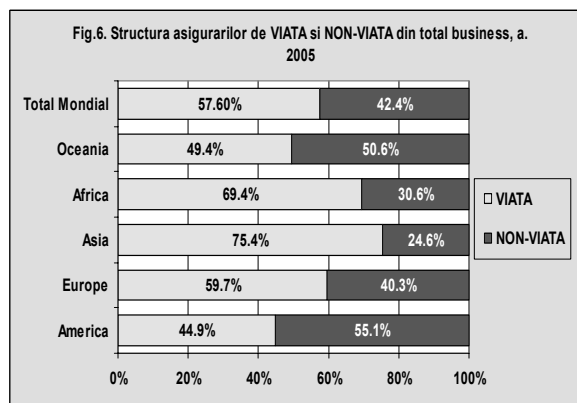
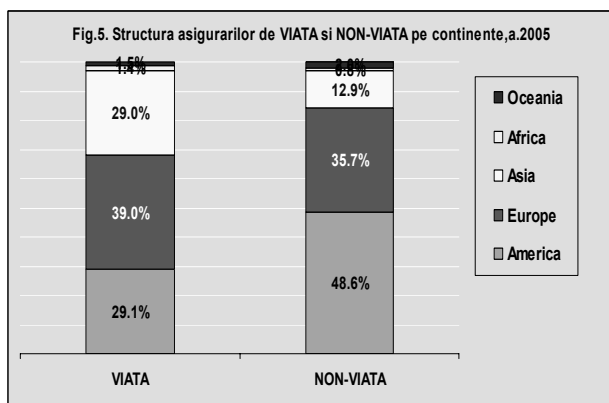
100 puncte reprezintă nivelul cel mai dezvoltat, iar zero – cel mai slab dezvoltat.

4. Analizând evoluția structurii asigurărilor pe continente, se constată că, dacă în anul 2003 ponderea cea mai mare din total prime mondiale subscrise îi revenea Americii, atunci în anul 2005 se stabilește o modificare a structurii, astfel cota cea mai mare este deținută de statele europene (vezi figura 4).



5. Figurile 5 și 6 ne indică faptul că în țările asiatice asigurările generale au o pondere mult mai mică decât asigurările de viață, în timp ce în Europa asigurările de viață dețin cota maximă la nivel mondial.

Această situație demonstrează pasiunea pe care asigurătorii, pe de o parte, și clienții, pe de altă parte, o au pentru viața și integritatea lor corporală. Este, de fapt, cert că în Europa Occidentală orice familie pune un preț deosebit pe viață, esența evoluției societății.

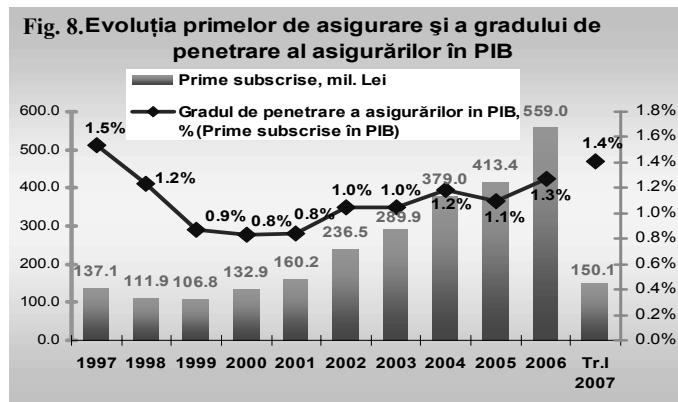
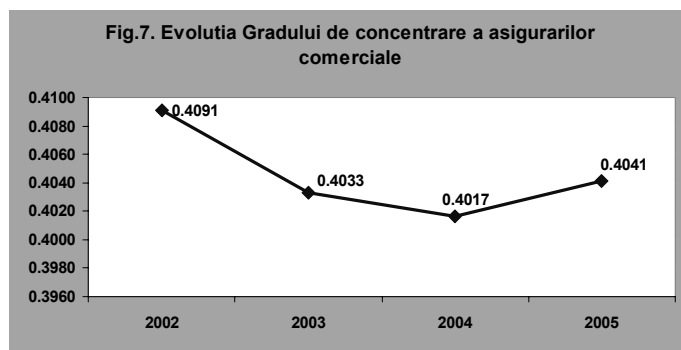


6. Indicele de concentrare Struck, care poate lua valori între [0;1], ne demonstrează un grad de concentrare mediu al asigurărilor comerciale pe continente (vezi figura 7). O tendință nesemnificativă a diversificării se observă în anii 2003, 2004, ca în anul 2005 să se manifeste din nou o creștere lentă a concentrării asigurărilor.

**PIAȚA NAȚIONALĂ**

Contribuția asigurărilor la crearea veniturilor în economia Republicii Moldova în ultimii trei ani a avut o evoluție lentă, cu unele variații nesemnificative. Această dinamică este confirmată de evoluția gradului de penetrare al asigurărilor în PIB sau ponderea primelor de asigurare în PIB, indicator care, în anul 2006, cu o valoare de 1,3%, a înregistrat cel mai înalt nivel din ultimii nouă ani.





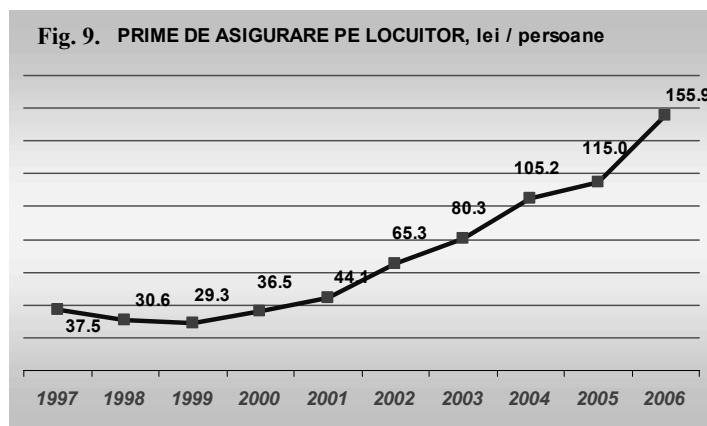
Ponderea cea mai mare a primelor subscrise în PIB, de 1,5%, a fost înregistrată în anul 1997, deși valoarea anuală a primelor încasate în acel an, de circa 137,1 mil. lei, reprezenta, pe de o parte, o cotă de aproape 25% din valoarea primelor subscrise în anul 2006, iar pe de altă parte, nu atingea cu circa 9% nivelul primelor încasate în primul trimestru al anului 2007. Creșterea exponențială a veniturilor din primele de asigurare în perioada 2000-2006 poate fi considerată de unii autori ca rezultatul aspectelor de consolidare a pieței asigurărilor prin impunerea restricțiilor de majorare a capitalului statutar și a creșterii competitivității, sub aspect calitativ, a pieței asigurărilor.

Totuși, situația creată poate fi apreciată și altfel. Astfel, în timp ce ponderea primelor de asigurare în PIB, în anul 2006, înregistrează o creștere de peste 60% în comparație cu anul 2000, venitul din prime de asigurare se majorează de mai bine de patru ori sau cu peste 300%. Discrepanța corelativă manifestată în dinamica acestor indicatori semnifică faptul că creșterea primelor încasate este, de fapt, atrasă de conjunctura evolutivă a creșterii economiei naționale în integru și mai puțin de aspectul calitativ de consolidare a pieței de asigurări.

Dacă e să privim lucrurile în aspect comparativ regional, putem menționa că, în anul 2006, ponderea primelor de asigurare în PIB în Republica Moldova înregistra cea mai mică valoare dintre țările Europei, atât de Est (media 2,7%), cât și de Vest (media 9,04%), și printre ultimele țări din lume, devansând numai Peru (1,3%), Qatar (1,1%), Pakistan, Bangladesh, Kuwait (sub 1%), media mondială fiind de 7,5%.

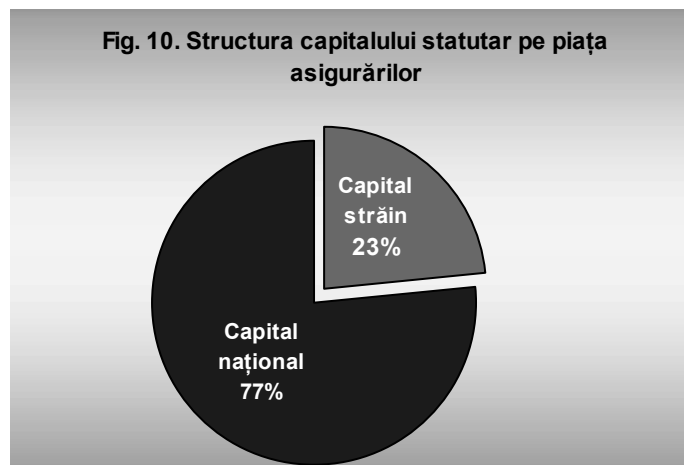
Densitatea asigurărilor sau veniturile din prime de asigurare pe locuitor ne indică faptul că în R. Moldova interesul și capacitatea societății pentru asigurare sunt extrem de reduse. Prin urmare, începând cu anul 2004, densitatea asigurărilor a trecut peste nivelul de 100 lei, ca apoi peste doi ani (în anul 2006) o persoană să cheltuiască pentru asigurare în medie 155,9 lei (11,2 USD) sau cu 35,5% mai mult decât anul precedent și de peste patru ori mai mult comparativ cu anul 1997, în timp ce venitul disponibil pe o persoană a crescut, în perioada 1997-2006, de aproape nouă ori. Cheltuielile pentru asigurare dețineau, în 2006, o pondere de circa 1,5% din totalul cheltuielilor unei persoane, comparativ cu media europeană care constituie 6,5%. Dacă expunem rezultatele sub aspect comparativ, constatăm că și la capitolul prime pe locuitor Moldova menține ultima poziție din Europa și printre ultimele din lume, aproape la același nivel cu Vietnam (11,0 USD/loc.) și devansând țările: Bangladesh (2,6 USD), Nigeria (5,3 USD), Pakistan (5,9 USD). Astfel, media europeană a primelor pe locuitor constituie 171,6 USD/loc., iar cea mondială 554,8 USD/loc. Dacă în Republica Moldova, în 2006, primele pe locuitor din asigurări constituiau circa 11,2 USD/loc., atunci în Ucraina acest indicator constituia 59,6 USD/loc., România-94,5 USD/loc., Bulgaria-100,9 USD/loc., Rusia-150,9 USD/loc. Valoarea redusă a acestui indicator este determinată, în mare parte, de nivelul de trai și de calitatea vieții populației. Prin urmare, veniturile medii disponibile pentru o persoană în Moldova au constituit în ultimii trei ani, în medie, aproape 600 lei, deținând o cotă de 74% din minimul de existență.

În situația în care veniturile disponibile nu ating cel puțin nivelul minimului de existență, populația este orientată spre cheltuielile de strictă necesitate și nu la cele conexe, cum ar fi asigurările.



Piața asigurărilor din R. Moldova este considerată o piață deschisă pentru investițiile străine, însă în anul 2006 ponderea capitalului extern în totalul capitalului statutar constituia numai 23% (figura 10). Comparativ cu țările ex-sovietice, valoarea acestui indicator este mult sub nivelul mediu. De exemplu,

în România această cotă constituie circa 50%, Cehia – peste 65%, Ucraina – 35%. Valoarea redusă a acestui indicator în Republica Moldova este caracterizată de neîncrederea investitorilor străini în recuperarea investițiilor efectuate, ca efect al aspectului existent de criză politică, economică și legislativă.



În următorii trei ani ne putem aștepta la o creștere constantă a primelor încasate de circa 22% anual, un ritm de creștere modest pentru o piață emergentă, dacă e să calificăm astfel piața de asigurări a Moldovei.

În mod evident, datele prezentate în acest articol au un caracter pur statistic, dar prin analiza lor se poate realiza starea generală a pieței R. Moldova în comparație cu piața internațională, iar în absența altor date mai recente sau mai edificatoare, cifrele prezentate aici reprezintă o radiografie elocventă la

nivel teritorial în ceea ce privește piața asigurărilor. Nu e nevoie să reamintim aici bancul legat de statistică, cel referitor la persoana care stă cu picioarele într-o găleată cu apă fierbinte; un lucru este cert, indiferent de indicatorii comparativi supuși analizei, piața asigurărilor nu și-a atins și nu-și va atinge prea curând gradul maxim de dezvoltare. Faptul că din an în an se înregistrează doar evoluții pozitive ale indicatorilor cantitativi (ne referim la primele brute subscrise) arată că piața asigurărilor din Republica Moldova mai are de crescut.

**Bibliografie:**

1. Verejan Oleg. *Republica Moldova este pe ultimul loc în Europa după ponderea asigurărilor în PIB*. ECO Financiar, nr.3 din 26/09/2007, pag.2.
2. [www.swissre.com](http://www.swissre.com)
3. [www.issa.md](http://www.issa.md)

## MECANISME ECONOMICE DE DEMONOPOLIZARE, DEMONOPSONIZARE A EXPORTURILOR, IMPORTURILOR: ASPECT METODOLOGIC

*Lect. sup. Elena SAVA;*  
*Prof. univ. dr. hab. Alexandru GRIBINCEA, USM;*  
*Manager Narcis GHIONEA;*  
*Manager Marian CROITORU, România*

*The custom duties have more functions: the creation of conditions where some companies in the country may be interested in increasing or decreasing of imports; insurance of functioning of some productive firms, of the internal consumption with products demanded by the society, accumulation in the state budget of some financial gains; the regulation of the rate of imports, exports, the protection of the native producers; the stimulation of imports of raw materials, funds, productive technologies with a high socio-economic efficiency.*

Taxele vamale au mai multe funcții: crearea condițiilor în care unele întreprinderi din țară ar fi cointeresate în creșterea sau descreșterea importurilor; asigurarea funcționării unor firme productive, a consumului intern cu produse solicitate de societate; acumularea în bugetul de stat a unor venituri; reglarea cantumului importurilor, exporturilor, protejarea producătorilor autohtoni; stimularea importurilor de materii prime, de fonduri, tehnologii productive cu o eficiență socioeconomică foarte înaltă.

Taxele vamale nu pot fi personalizate, ele trebuie direcționate în diviziunea produselor importate, exportate. Taxele vamale pot fi constante, progresive. Taxele constante, fiind simple, îi pun pe toți importatorii în condiții aparent egale, nu pot servi în calitate de reglator al importărilor; cele progresive permit statului să-și creeze anumite mecanisme, pârghii economice pentru demonopolizarea importatorilor [1-3].

Analiticul taxelor vamale poate avea cele mai diverse forme. *Să analizăm câteva dintre acestea.*

Notăm prin  $I_0$  – cantumul importului netaxat; prin  $I$  – cantumul importului; prin  $\alpha$  – taxa vamală integrală a importului:

$$\alpha = \frac{I - I_0}{RI}$$

unde  $R$  – parametrul reglator.

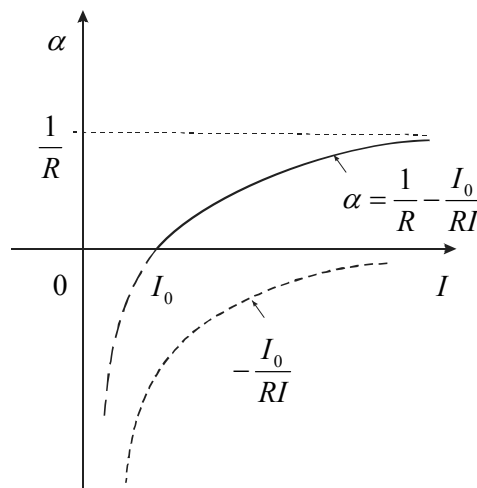
Dependența dintre taxa vamală integrală și cantumul importului poate fi interpretată grafic (figura 1).

$$\alpha = \frac{1}{R} - \frac{I_0}{R \cdot I}$$

Taxa integrală, în funcție de politica economică, poate fi reglată prin parametrul  $R$ :

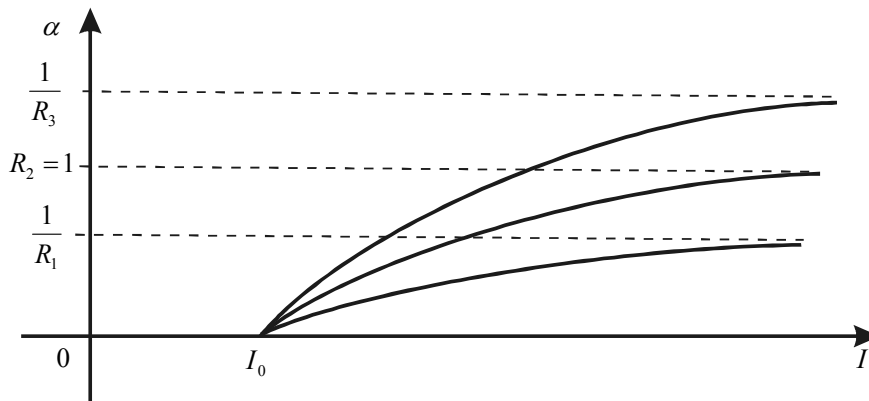
$$\text{Pentru } R = \begin{cases} > 1 \\ = 1 \\ < 1 \end{cases}$$

$$\text{taxa vamală integrală } \alpha = \begin{cases} < 1 & (a) \\ = 1 & (b) \\ > 1 & (c) \end{cases}$$



**Figura 1. Dependența dintre taxa vamală integrală și cantumul importului**

În cazurile (a), (b), (c) reglatorul R joacă rolul de reducător, stabilizator, multiplicator al taxei vamale integrale (figura 2).



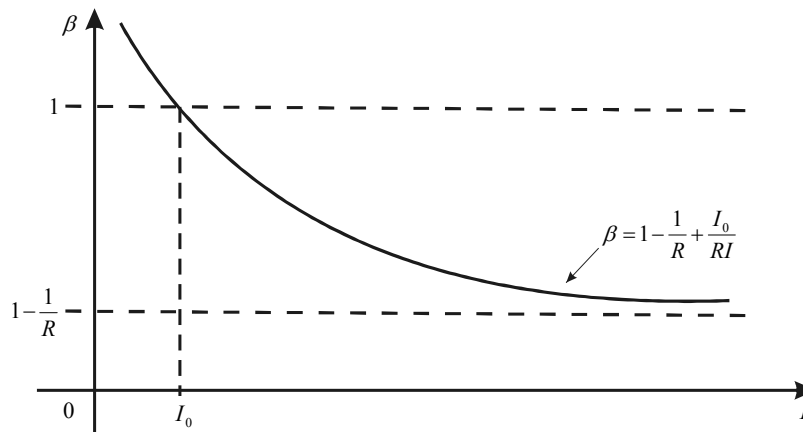
**Figura 2. Taxa vamală integrală în trei cazuri posibile**

Diverse variante ale quantumului de taxare a importului, numite taxe marginale, influențează quantumul importului diferit.

Taxa vamală integrală determină cota-parte a importului, înstrăinată în contul statului; importatorilor le rămâne partea restantă, adică

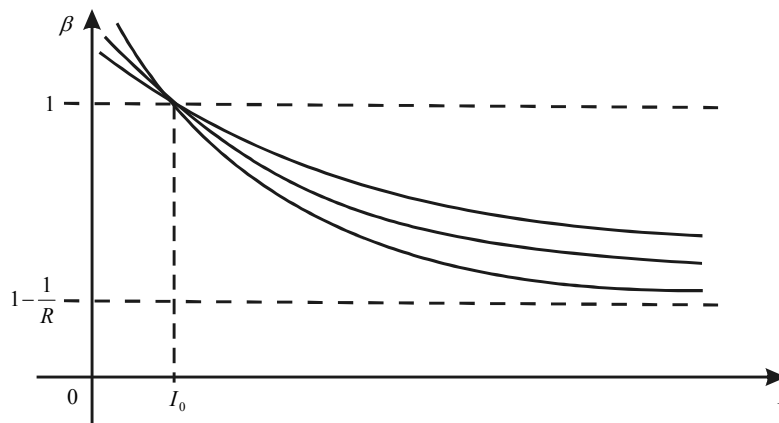
$$\beta = 1 - \alpha = 1 - \frac{I - I_0}{RI} = \frac{RI}{RI} - \frac{I - I_0}{RI} = \frac{RI - (I - I_0)}{RI}$$

sau  $\beta = 1 - \alpha = 1 - \frac{1}{R} + \frac{I_0}{RI}$  (figura 3).



**Figura 3. Dependența dintre încasările de către stat și quantumul importului**

Parametrul reglator R poate contribui la creșterea, la descreșterea încasărilor de către stat, modificând graficul dependenței (figura 4).

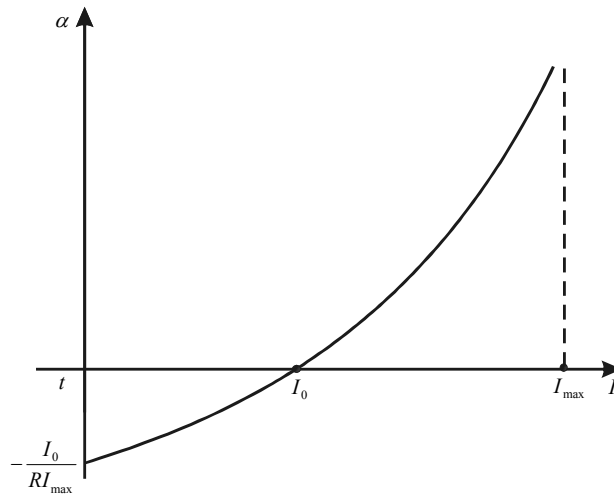


**Figura 4. Impactul parametrului reglator asupra încasărilor de către stat**

Metodica taxei vamale integrale poate fi determinată după formula:

$$\alpha = \frac{I - I_0}{R(I_{\max} - I)} = -\frac{1}{R} + \frac{I_{\max}}{R(I_{\max} - I)} - \frac{I_0}{R(I_{\max} - I)} = -\frac{1}{R} + \frac{I_{\max} - I_0}{R(I_{\max} - I)}$$

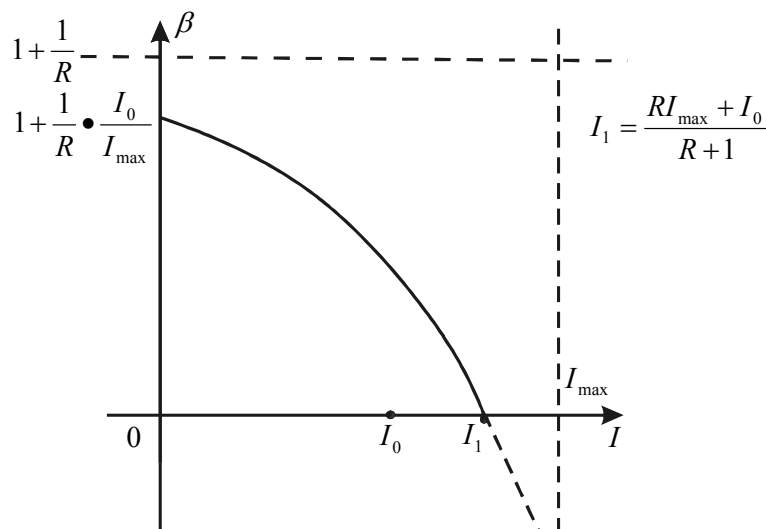
Această dependență poate fi interpretată grafic (figura 5).



**Figura 5. Dependenta taxei vamale integrale de cantumul maxim al importului**

Cota-parte a importului instrăinat în contul statului  $\beta = 1 - \alpha = 1 - \left( -\frac{1}{R} + \frac{I_{\max} - I_0}{R(I_{\max} - I)} \right)$

$$\beta = 1 + \frac{1}{R} - \frac{I_{\max} - I_0}{R(I_{\max} - I)} \text{ (figura 6).}$$



**Figura 6. Nivelul încasărilor de către stat**

Printr-o astfel de scară de taxare sumară a importărilor poate fi stimulat procesul antimonopolist.

Importul în volum de  $I = I^{(1)}$  este taxat la nivelul  $\alpha_1$ ; volumul  $I = I^{(2)}$  - la nivelul  $\alpha_2$ ; volumul  $I = I^{(1)} + I^{(2)}$  va fi taxat la nivelul  $\alpha_3 > \alpha_1, \alpha_2$ ; adică,  $\alpha_1 I^{(1)} + \alpha_2 I^{(2)} < \alpha_3 I^{(1)} + \alpha_3 I^{(2)}$  - monopolistul importator este sancționat cu

$$\alpha_3 (I^{(1)} + I^{(2)}) + \alpha_1 I^{(1)} - \alpha_2 I^{(2)} = (\alpha_3 - \alpha_1) I^{(1)} + (\alpha_3 - \alpha_2) I^{(2)}$$

Demonopolizația importatorilor nu numai contribuie la crearea condițiilor pentru o concurență perfectă, dar și sporește încasările în buget.

Demonopolizarea, demonopsonizarea partenerilor externi în relațiile economice internaționale este o problemă de primă importanță. În condițiile



economiei de piață acest scop (principiu) poate fi realizat numai prin intermediul mecanismelor economice, reglatoare ale volumului exportului, importului, în și din țară.

#### Bibliografie:

1. Arrow K., Hahn F. *General Competitive Analysis*. - San Francisco: Holden-Day, 1971.
2. Novshek W., Sonnenschein H. *L'existence d'un équilibre de Cournot avec entrée et sa convergence vers l'équilibre de Walras-Cahiers du séminar d'économetrie // CNRS*. (Paris). - 1980. - No21.
3. Roberts J., Sonnenschein H. *On the Foundations of the Theory of Mono-politic Competition // Econometrica*. - January, 1977.

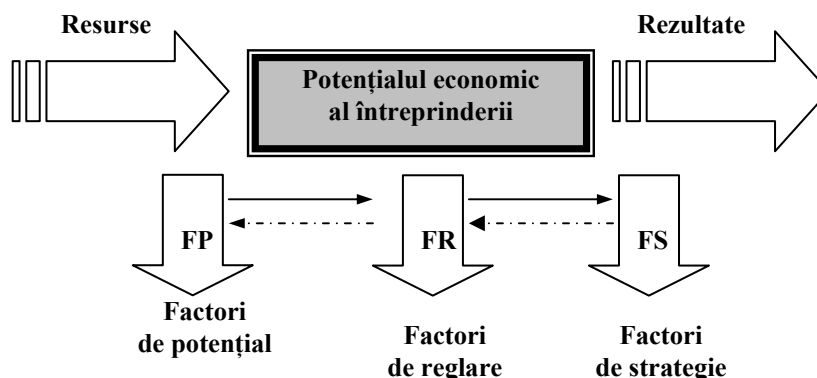
## POSSIBILITĂȚILE UTILIZĂRII METODELOR ESTIMĂRII POTENȚIALULUI ECONOMIC ÎN DIAGNOSTICUL ACTIVITĂȚII ÎNTRERINDERILOR AUTOHTONE

*Drd. Nelly AMARFII-RAILEAN, ASEM,  
lector univ. Universitatea de Stat „A. Russo”, mun. Bălți*

*This article develops a new approach to the problem of the methods used in the financial diagnosis. The main idea is to emphasize the link between the financial situation and the production process of the firm in the business competitiveness evaluation. The author presents his approach to evaluation of economic potential of the firm using the conceptual framework based on the correlation of the potentially factors, regulatory factors, and strategically factors. The approach is based on real data of real firms and does not use superficially formalized models. We believe it can be useful in practical decisions making.*

În condițiile relațiilor economice competitive, unul dintre criteriile esențiale ale diagnosticului activității întreprinderii este legat de examinarea elementelor componente ale potențialului ei economic și interacțiunii acestora sub aspect cantitativ și calitativ. Rezultatele obținute în activitatea operațională (de bază) depind de eficiența utilizării factorilor de producție și situația financiară a întreprinderii. Concomitent, factorii de producție predetermină valorile materiale și financiare puse la dispoziția întreprinderii.

A supravegherea în practică corelația dintre toți factorii obiectivi și subiectivi ce contribuie la obținerea rezultatelor avantajoase nu este atât de ușor. Se cere o imagine clară asupra diferitelor metode de dirijare a activității întreprinderii, care fac posibilă obținerea unor rezultate favorabile. Pornind de la aceasta, propunem propria viziune asupra acestui proces, ținând cont de toți factorii semnificativi, îmbinați în activitatea întreprinderii prin conținutul lor atât cantitativ, cât și calitativ, prezentată în figura 1:



**Figura 1. Succesiunea diagnosticului activității întreprinderii**

Avantajul acestui model constă în faptul că la determinarea și aprecierea fiecărui compartiment al potențialului economic al întreprinderii se ține cont de legătura strânsă între indicatorii rezultativi

examinați și factorii ce determină strategia lor de dezvoltare.

În urma cercetărilor efectuate asupra activității unităților de producție autohtone, propunem spre

utilizare sistemul de factori divizați prin prisma legăturilor triple ale indicatorilor rezultativi examinați, și anume:

1. **Factorii de strategie;**
2. **Factorii de potențial;**
3. **Factorii de reglare.**

Având o imagine clară asupra factorilor de potențial, putem examina factorii de strategie și viceversa. Totodată, concordanța reciprocă dintre aceste două grupe de factori depinde în mare măsură de eficiența utilizării factorilor de reglare. De regulă, calculul și aprecierea factorilor menționați anterior depind de forma de legătură care persistă între indicatorul rezultativ examinat și factorii corelați. Astfel, în funcție de determinarea indicatorului rezultativ, pentru evidențierea legăturii dintre indicatorul rezultativ și factorii corelați se utilizează următoarele două metode de calcul:

**Metoda I** (persistă legătura aditivă)

- a)  $FS = FP \pm FR$
- b)  $FP = FS \pm FR$
- c)  $FR = FP - FS$

**Metoda II** (persistă legătura multiplicativă)

- a)  $FS = FR \times FP$
- b)  $FP = FS / FR$
- c)  $FR = FS / FP$ ,

unde: FS – factorul de strategie; FP – factorul de potențial; FR – factorul de reglare.

Vom exemplifica modificarea volumului producției vândute în baza indicatorilor ce formează balanța producției:

$$VPF + Si = VPV + Sf, (1.)$$

unde: VPF – volumul producției fabricate; Si – soldul producției în stocuri la depozitele întreprinderii la începutul perioadei de gestiune; VPV – volumul producției vândute; Sf – soldul producției în stocuri la depozitele întreprin-

derii la sfârșitul perioadei de gestiune, deci, formula de bază a acestui indicator va fi:

$$VPV = VPF - (Sf - Si) = VPF - \Delta Sp, (2.)$$

unde:  $\Delta Sp$  – modificarea soldului producției în stocuri la depozitele întreprinderii.

În acest context, menționăm că majorarea volumului producției vândute, ca **factor de strategie**, în mare măsură depinde de majorarea volumului producției fabricate – ca **factor de potențial** și reducerea soldului producției în stocuri la finele perioadei de gestiune la depozitele întreprinderii ca **factor de reglare**, care, la rândul său, depinde de capacitățile de realizare a producției și politica de marketing promovată de întreprinderea analizată.

În acest sens, fiecare indicator în parte este determinat prin următoarele relații:

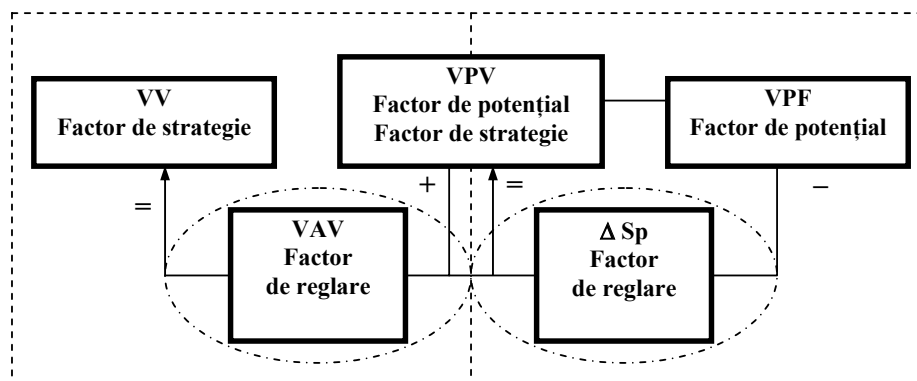
1.  $VPV_{(FS)} = VPF - \Delta Sp$
2.  $VPF_{(FP)} = VPV + \Delta Sp$
3.  $\Delta Sp_{(FR)} = VPF - VPV$

Examinarea coerentă a concordanței care persistă între indicatorii de volum ai programului de producție și comercializare ne permite formularea unor concluzii cu privire la gradul de asigurare a întreprinderii cu factori de producție și eficiența utilizării acestora.

Concomitent, dacă examinăm formula de calcul al veniturilor din vânzări ( $VV = VPV \pm VAV$ ), atunci factorii nominalizați pot fi determinați astfel:

1.  $VV_{(FS)} = VPV + VAV$
2.  $VPV_{(FP)} = VV - VAV$
3.  $VAV_{(FR)} = VV - VPV$

Veniturile din vânzări (VV) îndeplinesc rolul **factorului de strategie**, volumul producției vândute (VPV) – **factorului de potențial** și veniturile din alte activități operaționale (VAV) – **factorului de reglare**. În ambele cazuri condiția respectării corelațiilor nominalizate anterior poate fi redată astfel (vezi figura 2).



**Figura 2. Modelul corelației factorilor ce caracterizează volumul activității operaționale a întreprinderii**

Al doilea grup de indicatori ce determină potențialul economic al întreprinderii îl constituie indicatorii generalizatori ce reflectă eficiența utilizării factorilor de producție (productivitatea medie a unui salariat; randamentul mijloacelor fixe și al resurselor materiale consumate).

Examinând posibilitățile de sporire a eficienței utilizării factorilor de producție în baza acestor indicatori, putem evidenția forma multiplicativă de legătură între modificarea indicatorului rezultativ și factorii corelați.

Această legătură este prezentată în tabelul 1.

**Forma multiplicativă de legătură între indicatorul rezultativ și factorii corelați pentru identificarea eficienței utilizării factorilor de producție**

Indicatorul generalizator	Formula independenței factoriale	Factorii corelați		
		de strategie	de reglare	de potențial
A	B	C	D	E
1. Productivitatea medie a unui salariat, $\overline{Ws}$	$\frac{VPF}{Ns} \times \frac{Nm}{Nm} = \frac{Nm}{Ns} \times \frac{VPF}{Nm} = Pm\% \times \overline{Wm}$	$\overline{Ws}$	$Pm\%$	$\overline{Wm}$
2. Randamentul mijloacelor fixe, $Rmf$	$\frac{VPF}{MF} \times \frac{MFa}{MFa} = \frac{MFa}{MF} \times \frac{VPF}{MFa} = Pmfa\% \times Rmfa$	$Rmf$	$Pmfa\%$	$Rmfa$
3. Randamentul resurselor materiale consumate, $Rrm$	$\frac{VPF}{CM} \times \frac{CMD}{CMD} = \frac{CMD}{CM} \times \frac{VPF}{CMD} = Pcmd\% \times Rcmd$	$Rrm$	$Pcmd\%$	$Rcmd$

**Notă:**  $Pm\%$  – ponderea muncitorilor în numărul total de salariați;  $\overline{Wm}$  – productivitatea medie a unui muncitor;  $Pmfa\%$  – ponderea mijloacelor fixe active în totalul mijloacelor fixe;  $Rmfa$  – randamentul mijloacelor fixe active;  $Pcmd\%$  – ponderea consumurilor directe de materiale în totalul consumului de materiale;  $Rcmd$  – randamentul resurselor materiale directe consumate.

Astfel, pentru productivitatea medie a unui salariat, determinată în baza productivității medii a unui muncitor, legătura dintre indicatorul generalizator și factorii corelați se va repartiza în următorul mod: productivitatea medie a unui salariat îndeplinește rolul **factorului de strategie**; ponderea muncitorilor în numărul total de salariați – **factorului de reglare**; productivitatea medie a unui muncitor – **factorului de potențial**.

Pentru randamentul mijloacelor fixe legătura dintre indicatorul rezultativ și factorii corelați se va repartiza în următorul mod: randamentul mijloacelor fixe – **factor de strategie**; ponderea mijloacelor fixe active în totalul mijloacelor fixe – **factor de reglare**; randamentul mijloacelor fixe active – **factor de po-**

**tențial**. Aceași legătură persistă și la examinarea randamentului resurselor materiale consumate.

În practica analitică potențialul financiar al întreprinderii poate fi examinat în baza unui sistem larg de indicatori specifici atât absoluți, cât și relativi. În viziunea noastră, la nivel generator acest potențial poate fi redat prin utilizarea a trei indicatori ai rentabilității, cum ar fi:

1. Rentabilitatea activelor (patrimoniului întreprinderii la valoarea reală);
2. Rentabilitatea financiară (capitalului propriu);
3. Rentabilitatea capitalului permanent.

Legătura dintre indicatorii menționați este caracterizată în tabelul analitic 2.

Tabelul 2

**Forma multiplicativă de legătură între indicatorul rezultativ și factorii corelați pentru identificarea potențialului financiar al întreprinderii**

Indicatorul generalizator	Formula independenței factoriale	Factorii corelați		
		de strategie	de reglare	de potențial
A	B	C	D	E
1. Rentabilitatea activelor (patrimoniului întreprinderii), $Ra$	$Ra = \frac{Ppi}{TA}$	$Ra$	$TA$	$Ppi$
2. Rentabilitatea financiară (capitalului propriu), $Rfin$	$Rfin = \frac{Ppi}{CP}$	$Rfin$	$CP$	$Ppi$
3. Rentabilitatea capitalului permanent, $Rcper$	$Rcper = \frac{Ppi}{Cper}$	$Rcper$	$Cper$	$Ppi$

**Notă:**  $Ppi$  – profitul perioadei de gestiune până la impozitare;  $TA$  – suma totală a activelor întreprinderii;  $CP$  – totalul capitalului propriu;  $Cper$  – totalul capitalului permanent, determinat ca sumă dintre capitalul propriu al întreprinderii și datoriile pe termen lung.

Susținem că anume combinarea eficientă a acestor factori, pentru toate compartimentele de analiză, poate asigura desfășurarea unei activități profitabile în condițiile unor relații economice competitive.

#### Bibliografie:

1. Deaconu A. *Diagnosticul și evaluarea întreprinderii*, ASE București, 2002, 284 p.
2. Ișfănescu A., Robu V., Anghel I., Stan S. *Ghid practic de evaluare a întreprinderii*. București: Editura Tribuna Economică, 2001, 234 p.
3. Petrescu S., Mironiuc M. *Analiza economico-financiară: teorie și aplicații*. Iași, Editura Tiparul, 2002, 296 p.
4. Țiriulnicov N., Paladi V., Gavriliuc L., Chirilov N., Furtună D. *Analiza rapoartelor financiare. Instrumente, metode, procedee și tehnici de apreciere a informației contabile financiare în procesul decizional*. Chișinău, ASEM, Tipografia Centrală, 2004, 384 p.
5. Вакуленко Т.Г., Фомина Л.Ф. *Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений*, издание второе, Издательский Дом Герда, Санкт-Петербург, 2001, 288 с.

## CARACTERIZAREA TERENURILOR INTRAVILANE DIN REPUBLICA MOLDOVA

*Conf. univ. dr. Matei MÂTCU;  
Drd. Iurii BEJAN, ASEM*

*En présent, la superficie de territoire intravillanne de notre république est de 319 mille ha ou 9,4%. Pendant le XX<sup>e</sup> siècle les territoires intravillannes se sont augmentés de 2,2 fois. La taille moyenne d'une localité est de 198 ha. Le nombre total des localités, pendant cette période, se sont augmentés de 1474 a 1679.*

*Cuvinte-cheie: intravilan, așezare umană, funcția intravilanului*

Rețeaua de așezări umane a Republicii Moldova este formată din 65 de orașe, inclusiv 5 municipii, și 1614 de așezări rurale, unite din punct de vedere administrativ în 983 de comune, din care 917 sunt comune rurale. Din numărul total de sate, 39 sunt incluse în cadrul orașelor și municipiilor.

În rețeaua urbană a republicii predomină numeric orașele mici și mijlocii, cu o populație sub 20 mii de locuitori fiecare (în total 50 de orașe), fapt ce este determinat de rolul destul de mare al sectorului agroindustrial în economia națională. Mai mult de 56% din întreaga populație urbană a țării este concentrată în cele 4 municipii mari: Chișinău, Bălți, Tighina și Tiraspol.

Sub influența factorilor naturali, istorici și economici, rețeaua de așezări rurale a căpătat următoarele trăsături: densitate înaltă (5 localități la 100 km<sup>2</sup>), densitatea mare a populației, predominarea așezărilor mari rurale, dispuse predominant în formă de aglomerații rurale de tip liniar [1, p. 91-93]. Un element de bază al habitatului uman îl constituie intravilanul, forma și structura căruia sunt puternic influențate de factorii naturali și cei istorici.

În studiul dat s-a pus drept scop analiza evoluției terenurilor intravilane din așezările rurale și urbane ale republicii și a factorilor care influențează dinamica lor. Totodată, se analizează deosebirile regionale în structura și funcțiile intravilanului.

**Intravilanul** este o zonă care cuprinde suprafețele construite și spațiile dintre acestea din cadrul unui

oraș sau sat [2, p.117]. La așezările rurale, noțiunea de intravilan este asociată cu **vatra satului** [3, p. 21], teren ocupat de gospodăriile țărănești, de instituțiile care deserveșc populația satului respectiv (primăria, școala, spitalul, magazinul sătesc etc.), de drumuri și poteci [2, p. 221]. Teritoriul care nu se include în intravilan formează **extravilanul** – totalitatea suprafețelor ce aparțin teritoriului administrativ al unei localități (comune), din care se scad suprafețele ce aparțin intravilanului [3, p. 123]. Extravilanul așezărilor rurale mai poate fi numit și **moșia satului**, prin care se subînțelege teritoriul aferent unei așezări omenești care poate include terenuri cultivate, pășuni, fânețe, păduri, ape, terenuri neproductive etc., unde populația dată își desfășoară o bună parte din activitățile productive [4, p. 203].

Conform Codului Funciar al Republicii Moldova [5], din **componenta intravilanului** fac parte: terenurile pe care sunt amplasate construcții și alte amenajări; terenurile de uz public; terenurile pentru transporturile rutier, feroviar, naval, aerian, prin conducte, pentru liniile de telecomunicații, de transport electric, pentru exploatarea miniere și pentru alte industrii; terenurile împădurite; terenurile cu destinație agricolă și alte terenuri (art. 44, cap. VI).

Intravilanul constituie elementul principal al așezărilor umane și joacă rolul decisiv în remodelarea teritorială. Orice acțiune de modelare pornește din intravilan și se transmite cu intensități diferite în

timp asupra teritoriului. Funcțiile intravilanului sunt complexe, cele esențiale fiind de adăpost și odihnă a populației [3, p.21].

**Intravilanul orașului** cuprinde suprafețele ocupate cu construcții, la care se adaugă spațiile pentru depozitare, transport, spațiile verzi și cele alocate pentru construcții ș.a. Extravilanul orașului nu este sinonim cu teritoriul (moșia), ca în cazul așezărilor rurale. Acesta, prin extensiunea sa, nu poate face față decât parțial nevoilor alimentare ale orașului. Din punct de vedere operațional, atât în cazul satelor, cât și al orașelor, se utilizează noțiunea de **perimetru constructibil** sau intravilan, care reprezintă suprafața demarcată ce poate fi ocupată cu construcții, spații de depozitare, transport etc. și care este delimitată în cadrul procesului de amenajare teritorială [3, p. 98].

**Dinamica și repartiția intravilanului.** Suprafața intravilanului este în permanentă dinamică, fiind influențată, în primul rând, de creșterea numărului populației, iar începând cu anii '50 ai sec. XX și de politica centralizată de valorificare a resurselor funciare. Lipsa unei evidențe statistice pentru categoria dată de terenuri, dar și imprecizia sau lipsa unor surse cartografice pentru anumite perioade, n-au permis efectuarea unui studiu detaliat privind dinamica intravilanului pentru un interval mai mare de timp. Ca repere în aceste studii au servit datele obținute ca rezultat al prelucrării imaginilor satelitare Landsat pentru anul 2001 [6], Cadastrul funciar al R. Moldova pentru 2005 [7] și a hărții topografice pentru 1900, cu scara 1: 200 000 [8].

În urma efectuării acestui studiu, s-a constatat că la începutul sec. XX suprafața intravilanului în Basarabia era de 142,4 mii ha (3,1% din suprafața totală), din care 92,7 mii ha (2,7%) se încadrează în limitele actuale ale republicii (cu excepția Transnistriei). După *formă (configurație)*, se întâlneau două categorii de sate: *sate cu formă regulată, dreptunghiulare (liniare)*, condiționate de relief și rețeaua hidrografică (ele constituiau circa 71%) și *sate cu vetre de formă neregulată*, care ocupă formele de relief fragmentate [3, p.21-23; 8]. Forma localităților rurale n-a suferit schimbări esențiale, în cele mai dese cazuri ele au fost supuse proceselor de creștere radiară, controlată, multidirecțională.

Cele mai mari modificări în sec. XX a suferit structura localităților, ele trecând de la o structură, predominant răsfrată la una adunată, cu o concentrare spațială accentuată a construcțiilor și curților. Aceasta a fost determinată de procesul de colectivizare, care prevedea, în primul rând, economisirea terenului agricol, stimularea creșterii satelor mari – centre de gospodărie, dar și de creșterea presiunii umane asupra resurselor funciare. Satele apărute aveau, de regulă, o *textură ordonată*, primind și unele facilități legate de electrificare, noi construcții de case, de modernizarea drumurilor și alimentarea cu apă, gaze naturale etc. Controlul politic total asupra țărănimii și achiziționa-

rea promptă a cotelor de către stat a generat și *procesul de concentrare* a așezărilor [3, p.37-40].

În prezent, suprafața intravilanului Republicii Moldova constituie 319 mii ha sau 9,4% din suprafața totală [6; 7, p.6-7]. Pe parcursul întregii perioade de evoluție a rețelei de așezări umane din acest spațiu, suprafața intravilanului a crescut mult. Cele mai mari creșteri intravilanul le-a avut pe parcursul secolului XX (de 2,2 ori), când suprafața lui s-a majorat de la 142,4 mii ha în 1900 [8] până la 319 mii ha în prezent. Mărimea medie a unei localități umane, actualmente, este de 198 ha, variind de la 1,5 ha (s. Bruslachi, Transnistria), până la 8136 ha în cazul or. Chișinău [7, p.6-7]. Mărimea medie a intravilanului localităților rurale este de 168,7 ha, iar a celor urbane – de 928,8 ha.

Mărimea medie a intravilanului la începutul sec. XX în Basarabia era de 97 ha. Numărul total de așezări umane pe parcursul sec. XX s-a mărit de la 1474 la 1679 [8; 9, p. 13]. Cele mai mari creșteri ale intravilanului s-au înregistrat în regiunile cu un potențial natural ridicat, cum este Câmpia Cuboltei – de 4,6 ori (de la 44 km<sup>2</sup> în 1900 până la 203 km<sup>2</sup> în 2005); cu influențe mari ale factorilor social-politici, spre exemplu, în mun. Chișinău – de 2,8 ori (de la 55 km<sup>2</sup> la 153 km<sup>2</sup>); dar, și în regiunile cu condiții mai puțin avantajoase, însă supuse proceselor de valorificare intensivă, cum ar fi Colinele Tigheciului – de 5,8 ori (de la 26 km<sup>2</sup> la 150 km<sup>2</sup>) [7; 8].

În repartiția spațială a suprafeței intravilanului există mari deosebiri [6; 7]. Astfel, se evidențiază **Regiunea de Nord**, unde sunt concentrate 35,9% din suprafața intravilană totală. Densitatea medie a rețelei de așezări umane în regiunea dată este de 6 localități la 100 km<sup>2</sup>, fiind mai mare în raioanele de câmpie (Fălești, Florești – 7 localități la 100 km<sup>2</sup>) sau cu relief slab fragmentat (Soroca, Sângerei – 7 localități la 100 km<sup>2</sup>) și mai mică în cele cu relief fragmentat (Drochia, Ocnița – 4 localități la 100 km<sup>2</sup>). Aici ponderea intravilanului în suprafața totală este de 10,2%, variind de la 8,2% în raionul Sângerei și până la 43,3% în mun. Bălți. Printre raioanele cu cele mai mari ponderi ale intravilanului se înregistrează Glodeni – 13,3%, care este și cea mai mare valoare pe republică (cu excepția municipiilor), apoi urmează raioanele din Podișul Moldovei de Nord – Briceni (12,1%), Dondușeni (10,8%) și Ocnița (10,8%). Acest fapt poate fi explicat prin condițiile naturale destul de favorabile – relieful plan, solurile fertile și gradul înalt de asigurare cu resurse acvatice, care au stimulat dezvoltarea unei dense rețele de așezări umane. Astfel, în cele 10% din numărul total de așezări rurale din Regiunea de Nord, ponderea intravilanului depășește 12% din suprafața totală – Păpăuți – 17,7% (r-nul Rezina), Trifăuți – 17,4% (r-nul Soroca), Corjeuți – 17,2%, Șirăuți – 15,6% (r-nul Briceni), Teleșeuca – 13%, Sudarca – 12,6% (r-nul Dondușeni), Ustia – 13% (r-nul Glodeni) ș.a. În așezările urbane, în mod normal, ponderea intravilanului este



mai mare. În medie pe regiune, ea variază de la 2,4% (Costești) până la 97,5% (Ghindești). Pentru așezările urbane ponderea medie a intravilanului este de 21,6%. Ponderea intravilanului este mai mare în așezările în care perimetrul comunei practic coincide cu cel al localității, de cele mai multe ori – a orașului (or. Ghindești – 97,5%, or. Biruința – 89,9%, or. Ocnița – 88,8%, or. Drochia – 82,1%, or. Dondușeni – 69,2%) sau când suprafața orașului este destul de mare (mun. Bălți – 3094,5 ha sau 74,7%; or. Soroca – 1226,5 sau 93%). Intravilanul deține ponderi scăzute în comunele în care orașul și-a pierdut funcția industrială, predominând în prezent funcția agrară, respectiv devenind și centru de comune (or. Costești – 2,4%, or. Sângerei – 7,1%).

În **Regiunea Centrală** se concentrează 34,1% din totalul intravilanului pe republică, iar ponderea acestuia în suprafața totală este de 10,6%. Regiunea Centrală, împreună cu cea de Nord, dispun de cea mai mare densitate a rețelei de așezări umane (6 localități la 100 km<sup>2</sup>). Valori mai ridicate se înregistrează în raionul Ungheni (7 localități la 100 km<sup>2</sup>), unde și condițiile morfologice sunt mai favorabile, iar cea mai mică (4 localități la 100 km<sup>2</sup>) – în raioanele cu relief puternic fragmentat ale Podișului Codrilor (Hâncești și Ialoveni). Cu excepția mun. Chișinău (unde ponderea intravilanului este de 28,3%), ponderea intravilanului în Regiunea Centrală variază de la 8,0% în raionul Orhei (relief puternic fragmentat și suprafețe mari împădurite) până la 12,2% în raionul Nisporeni. Ponderea înaltă a intravilanului în suprafața totală a regiunii se explică printr-o frecvență mai mare a orașelor și satelor rezidențiale, polarizate în jurul capitalei, dar și prin specificul reliefului, care nu permite dezvoltarea unei rețele extinse de așezări. Printre așezările urbane se evidențiază: or. Cricova – 35,4%, or. Vatra – 30,7%, or. Ialoveni – 23,8%, or. Vadul-lui-Vodă – 20,6%. Se evidențiază aici și câteva comune rurale cu funcție rezidențială, unele cu ponderi extrem de mari ale intravilanului – Ciorescu – 65,7% (valoare maximă pe republică printre comunele rurale) și Trușeni – 21,8%. În celelalte raioane ale regiunii, prin ponderi înalte se evidențiază câteva așezări urbane: Ungheni – 68,4%, Orhei – 52,3%, Bucovăț – 36,6% și unele rurale – Bălănești – 30,1%, Marinici – 14,0% (r-nul Nisporeni), Măgdăcești – 21,8% (r-nul Criuleni), Floreni – 21,5% (Anenii Noi) ș.a. Ponderile mici ale intravilanului în majoritatea raioanelor din regiunea dată se explică prin condițiile naturale puțin favorabile acestor categorii de terenuri: relieful puternic fragmentat, gradul înalt de împădurire (r-nele Călărași, Strășeni, parțial Ungheni, Nisporeni, Hâncești și Orhei), predominarea terenurilor agricole în suprafața extravilanului (raionul Criuleni).

**Regiunea de Sud** se remarcă prin cele mai mici valori ale intravilanului, atât a suprafeței (15,8%), cât și a ponderii (7,3%). Densitatea medie a așezărilor umane este de numai 4 localități la 100 km<sup>2</sup>, cobo-

rând la 3 localități la 100 km<sup>2</sup> (raioanele Basarabeasca și Taraclia) sau chiar la 2 localități la 100 km<sup>2</sup> (UTA Găgăuză). Acest fapt poate fi explicat atât prin condițiile naturale și economice mai puțin avantajoase, cât și prin specificul etno-cultural al populației locale (găgăuzi, bulgari). Ponderea intravilanului variază de la 6,6% în raionul Cahul (valoare minimă pe republică) până la numai 8,3% în raionul Basarabeasca. În toate raioanele Regiunii de Sud ponderea intravilanului în suprafața totală este mai mică decât media pe țară. Valorile mici se explică, în primul rând, prin condițiile naturale mai puțin favorabile (soluri mai puțin fertile, gradul mai mic de asigurare cu resurse acvatică, relief mai dezmembrat), iar mai apoi și prin nivelul mai scăzut de dezvoltare economică, dar și prin specificul de colonizare a acestor teritorii din trecut. La nivel de comune, cele mai mari valori ale intravilanului se înregistrează în câteva comune urbane – Cantemir (63,2%), Cahul (32,8%), Basarabeasca (23,0%), Leova (18,2%). În comunele rurale, ponderea intravilanului este destul de mică – 7,1%, față de media pe republică (9,4%), lucru explicat prin densitatea mică a rețelei de așezări umane din regiune (4 localități la 100 km<sup>2</sup>.) și, respectiv, prin ponderea mai înaltă a altor categorii de terenuri, în special cu utilizare agricolă.

**Regiunea de Sud-Est** concentrează 15,1% din intravilan, iar ponderea acestuia aici este de 10,2%. Densitatea medie a așezărilor umane este de numai 4 localități la 100 km<sup>2</sup>, fiind mai mare în partea de sud a regiunii. Cea mai mare pondere a intravilanului se înregistrează în mun. Tighina (69,2%) valoare maximală în republică, iar cea mai mică – în raionul Dubăsari – 7,8%. La nivel de comune, se evidențiază cele urbane, unde ponderea intravilanului în suprafața totală variază de la 8,4% (or. Grigoriopol) până la 89,8% (or. Dubăsari). Referitor la ponderea intravilanului în suprafața totală, comunele urbane din Regiunea de Sud-Est au cea mai mare valoare pe țară – 38,9%, fapt explicat prin ponderea ridicată a localităților urbane în numărul total de localități (7%); prin suprafața mare a câtorva localități urbane față de media pe regiune și republică (municipiile Tiraspol și Tighina, de asemenea, orașele Râbnita, Slobozia și Dubăsari), dar și printr-un grad mai înalt de urbanizare a regiunii – 58,8%.

Printre comunele rurale, cele mai mari ponderi ale intravilanului se înregistrează în fostul raion Slobozia, cauzate de apropierea lor față de cele două municipii mari din apropiere, dar și prin prezența unor obiective industriale importante. Aici ponderea medie a intravilanului depășește 11%, ajungând chiar până la 14,8% în comuna Caragaș.

**Structura funcțională a intravilanului.** Intravilanul îndeplinește diverse funcții: rezidențială, agricolă, industrială, socio-culturală, de transport, depozitare, de agrement etc. Toate aceste funcții se regăsesc, practic, în orice localitate. Există însă unele diferențieri vădite pe medii. Spre exemplu, localitățile rura-



le îndeplinesc mai mult funcții agricole; cele urbane – doar industriale.

Despre îndeplinirea anumitor tipuri de funcții ne vorbește, în primul rând, ponderea unor categorii de terenuri în cadrul intravilanului. În Republica Moldova, în cadrul intravilanului, principalele categorii de **terenuri** sunt cele **agricole** [7, p. 6-7]. Ponderea lor este de 64%, variind de la numai 24% în mun. Chișinău până la circa 77% în raionul Dondușeni. Cu excepția municipiilor, în toate raioanele republicii ponderea terenurilor agricole în limitele intravilanului depășește 50%, fapt ce se explică prin prezența în limitele gospodăriilor a unor vaste terenuri adiacente cu utilizare agricolă intensivă de tip grădină. Situația dată se poate modifica în perspectivă, deoarece, conform noilor prevederi ale Codului funciar, din 2003, pentru crearea unei noi gospodării, se atribuie numai 6 ari (0,06 ha) [5], practic, numai pentru construcții.

În cadrul intravilanului, locul principal îl ocupă **construcțiile și curțile**, care sunt divizate de **străzi și piețe**. Ponderea acestor două categorii rămâne încă destul de mică – 14% și, respectiv, 16%. Această situație încă o dată confirmă procesul de tranziție a structurii intravilanului așezărilor rurale. Astfel, așezările rurale cu structură răsfrată au ca trăsătură comună dispunerea intercalată a unor folosințe agricole între componentele cadrului construit. Acesta din urmă reprezintă circa 10-20% din suprafața intravilanului. Așezările rurale cu structură adunată presupun o concentrare spațială accentuată a componentelor construite ale intravilanului. De regulă, când peste 50% din suprafața intravilanului este ocupată cu construcții, ne aflăm în situația unei așezări cu structură adunată [3, p. 28-29].

Ponderea suprafețelor construite din intravilan în Republica Moldova constituie 30% (construcțiile și

curțile împreună cu străzile și piețele). Pornind de la aceste date, dar și din analiza situației de pe teren [6], putem afirma că sunt așezări cu structură adunată, asociată cu cea risipită înspre periferiile intravilanului. În profil spațial, ponderea suprafețelor construite depășește 50% numai în municipiile Chișinău, Bălți și Tighina. Printre raioane, de aceste valori se apropie Ungheni (42%). În rest, ele variază de la 21,8% în raionul Dondușeni la 38,2% în raionul Edineț.

**Funcția de agrement**, cel mai frecvent poate fi asociată cu **terenurile acoperite de păduri**. Acestea reprezintă numai 1% din suprafața intravilanului. Ponderi mai ridicate ale suprafețelor împădurite se înregistrează în mun. Chișinău (19%) și mun. Bălți (8%). Circa 5% din intravilan sunt ocupate cu **alte tipuri de terenuri** – ape, terenuri degradate etc.

În funcție de mărimea suprafeței intravilanului, au fost delimitate convențional 8 categorii de localități (tab. 1).

Primele trei grupe de localități (**localitățile mici rurale**) au suprafețe mici (până la 45 ha) se întâlnesc mai frecvent în partea de sud a Regiunii de Nord (r-nele Fălești, Florești, Sângerei, Șoldănești), partea de nord a Regiunii Centrale (r-nele Ungheni, Călărași, Orhei). Aici ele, de regulă, sunt amplasate pe forme de relief mai dezmembrate (Podișul Codrilor, Dealurile Ciulucurilor, Podișul Nistrului), în văile râurilor mici (Răut, Cula, Ciuluc) sau de-a lungul văii r. Nistru. În Regiunea de Sud, aceste localități sunt mai frecvente în partea de nord (r-nele Leova, Cimișlia, Căușeni) și cea de vest (r-nele Cahul și Cantemir). Ca și în celelalte regiuni, ele sunt amplasate în regiunile cu relief mai fragmentat – Colinele Tigheciului, Podișul Cogâlnicului de Mijloc, care au și limitat extinderea lor.

**Tabelul 1**

**Clasificarea localităților în funcție de mărimea intravilanului<sup>1</sup>**

Nº	Suprafața, ha	Numărul de localități	% din intravilan
1.	1,50 – 18,0	54	0,2
2.	18,1 – 25,0	49	0,3
3.	25,1 – 45,0	155	1,7
4.	45,1 – 80,0	249	4,6
5.	80,1 – 140,0	357	11,7
6.	140,1 – 200,0	239	11,9
7.	200,1 – 350,0	352	28,1
8.	350,1 – 8136,0	224	41,5

\* calculat după imagini satelitare Landsat pe anul 2001 și Cadastrul funciar..., 2005

Grupele patru, cinci și șase (între 45,1 ha și 200 ha) formează categoria de **localități mijlocii**. Ele au o repartitie neuniformă, însă sunt mai frecvente în regiunile cu relief mai puțin fragmentat, cu trecere la cel de câmpie. Prin ponderi înalte se evidențiază raioanele din Câmpia Prutului de Mijloc (Glodeni, Fălești), nordul Podișului Codri (Telenești, Călărași), sudul Colinelor Tigheciului (Cantemir, Cahul, Taraclia), sudul Podișului Nistrului (Rezina, Orhei).

Grupele șapte și opt – **localitățile mari** – dețin împreună peste 2/3 din suprafața totală a intravilanului republicii, concentrând mai puțin de 1/3 din numărul total de localități. În categoria dată se includ, practic, toate localitățile urbane și cele mai mari localități rurale. În repartitia acestor localități se evidențiază câțiva factori de repartizare, și anume: amplasarea predominantă pe unități plane de relief (Podișul Moldovei de Nord, Câmpia Cuboltei, Câmpia Nistrului

Inferior, Câmpia Prutului Inferior); în raioanele cu un nivel înalt de urbanizare și industrializare (mun. Chișinău, mun. Tiraspol cu fostul r-n Slobozia) sau sunt prezente anumite îndeletniciri specifice (spre exemplu, în UTA Găgăuză așezările rurale compacte și mari sunt adaptate la pășunat).

*Studiul efectuat ne permite să tragem următoarele concluzii:*

- în perioada analizată terenurile intravilane din Republica Moldova au suferit atât modificări cantitative (o creștere a suprafeței în decurs de circa 100 ani de 2,2 ori), cât și calitative – o concentrare a structurii sale, ceea ce a permis economisirea, dar și utilizarea mai eficientă a terenurilor corespunzătoare;
- creșterea necontrolată, în multe cazuri, a suprafeței intravilanului a contribuit atât la modificarea morfologiei și structurii sale, cât

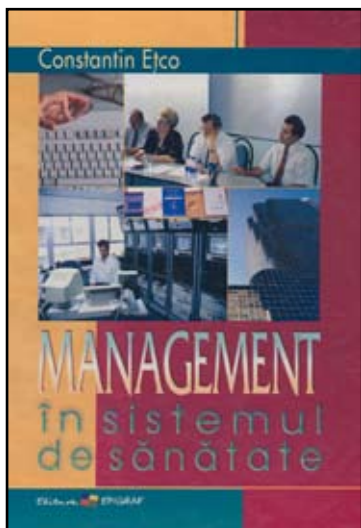
și la înrăutățirea situației funcționale a acestor terenuri;

- se observă mari deosebiri în structura și funcțiile intravilanului și evoluția lui atât dintre așezările urbane și rurale, cât și în profil spațial – la nordul, centrul și sudul republicii;
- în baza analizei comparative a caracteristicilor intravilanului așezărilor umane a fost elaborată o tipologie a localităților în funcție de mărimea suprafeței lor;
- dezvoltarea urbană excesivă din ultimii 50 de ani a produs stagnarea sau perturbarea dezvoltării intravilanului rural, fapt ce a cauzat depopularea satelor;
- este necesar ca la întocmirea planurilor de dezvoltare teritorială a localităților să se țină cont și de potențialul natural, economic și demografic existent.

#### **Bibliografie:**

1. Mățcu M.A. *Unele aspecte ecologice ale așezărilor rurale din Republica Moldova*, Simpozionul științific internațional „Integrarea europeană și competitivitatea economică”, Editura ASEM, Chișinău, 2004
2. Efros V. *Dicționar de geografie economică și umană*, Editura Universității Suceava, 2002, 232 pag.
3. Surd V., *Geografia Așezărilor*, Presa Universitară Clujeană, 2003, 238 pag.
4. Erdeli G., Cândea M., Braghina C., Costache S., Zamfir D., *Dicționar de Geografie Umană*, Corint, București, 1999, 391 pag.
5. Codul Funciar al Republicii Moldova, Chișinău, 2006, 68 pag.
6. Landsat, Imagini satelitare pentru Republica Moldova pe anul 2004
7. Cadastrul funciar al R. Moldova la 1.01.2005, Agenția de Stat pentru Relații Funciare și Cadastru, Chișinău, 2005, 864 pag.
8. Harta maghiară, Basarabia, 1 : 200 000, 1910
9. Anuarul Statistic al Republicii Moldova, 2006, Departamentul Statistică și Sociologie, Chișinău, 2007, 703 pag.

## UN MANUAL DEOSEBIT DE NECESAR ȘI DE O REALĂ VALOARE DIDACTICO-ȘTIINȚIFICĂ



Recent, la Editura Epigraf (Chișinău, 2006), a văzut lumina tiparului lucrarea **MANAGEMENT ÎN SISTEMUL DE SĂNĂTATE**. Autor-coordonator științific: prof. univ. dr. hab. **Constantin EȚCO**, șef-catedră „Economie, management și psihopedagogie în medicină”<sup>1</sup> (Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu”), reputat și cunoscut specialist în domeniu. Manualul, în volum de 862 pag., începe cu un cuvânt înainte semnat de ministrul Sănătății și Protecției Sociale, acad. Ion Ababii.

Cele 24 de capitole ale lucrării conțin, în opinia noastră, cu mult mai mult decât temele necesare, prevăzute, începând cu 1997, în procesul de pregătire a specialiștilor medicali și incluse în planul de învățământ al disciplinei **Management**.

Edificarea noilor relații de piață în R. Moldova radical modifică întreg sistemul de raporturi nu doar în sectorul de producție, dar și în domeniul sănătății, ramură care, până în ultimul deceniu al secolului trecut, a fost supracentralizată și bazată doar pe finanțare de la buget.

Medicina în noile condiții, în mod firesc, este supusă unei reevaluări radicale: dacă anterior ea era (eronat) tratată doar ca o ramură consumatoare de resurse (materiale, financiare etc.), atunci în noile condiții ea devine una furnizoare de servicii arhiimportante (de sănătate), precum și de diverse informații utile și practice. Aceste transformări firești, mai ales în contextul integrării declarate a RM în UE necesită, pe de o parte, formarea de specialiști calificați în domeniul sănătății publice, cu aptitudini manageriale, alături de cele profesionale în domeniul medicinei, dar pe de alta, „refacerea” (atât cât mai e posibil) cadrelor care deja activează de mai mulți ani în domeniu. Deprinderile manageriale, în opinia noastră, sunt foarte specifice și destul de complicate, ele nefiind pe puțină oricui, de aceea procesul de însușire a lor nu poate decurge rapid și de la sine. Ele trebuie formate metodic, cu insistență, conform unei programe logice, integre, bine încheiate. Acestor cerințe și corespunde întocmai opera avizată, care reprezintă rodul muncii multianuale a unui grup de profesioniști, avândul ca top-manager pe ilustrul pedagog, om de știință și manager în domeniu, Constantin Ețco, membru corespondent al Academiei Internaționale de Management.

Cel mai exigent utilizator (atât student, masterand, doctorand, cât și cadru didactic din domeniu, precum și conducător de instituții din diverse sectoare ale medicinei) poate găsi în manual răspunsuri la diverse întrebări posibile ce țin atât de management la general, cât și de cele din domeniu, datorită unei modalități de dezagregare maximă a capitolelor în subiecte detaliate și concrete. Afirmăm aceasta în baza analizei structurii și conținutului lucrării. Cel puțin, 4 capitole conțin expunerea într-un limbaj profesionist a noțiunilor de bază și a aspectelor teoretice ale managementului.

Expunerea principalelor funcții ale managementului (organizarea, planificarea strategică, motivarea, luarea deciziilor și controlul realizării acestora, comunicarea etc.) constituie o parte importantă a manualului prin faptul că reprezintă o îmbinare reușită între aspectele teoretice și cele aplicative ale acestui extrem de important, poate cel mai important, domeniu de activitate umană, de care, în ultimă instanță, depinde eficiența funcționării oricăror sisteme și subsisteme socio-umane.

În mod desfășurat, logic, sistemic și argumentat sunt expuse capitolele ce țin procesele decizionale și de dirijare propriu-zisă. Pe bună dreptate, în lucrare sunt expuse coraporturile dintre conducător și lider, dintre puterea șefului și a subalternilor, factorii și condițiile ce determină relațiile în cauză,

<sup>1</sup> Au colaborat cu drept de coautor următorii specialiști în domeniu: prof. univ. dr. hab. în medicină Ion Mereuță, conf. univ. dr. în economie Ludmila Goma, conf. univ. dr. în medicină Oleg Lozan, lector univ. Iuliana Fornea, asistenții univ. Nina Globa și Svetlana Lupu.

evoluția acestora, „plusurile” și „minusurile” diferitelor forme ale puterii și a influenței în procesul de conducere. De asemenea, sunt analizate teoriile liderului, stilul de conducere, menționându-se că acesta din urmă poate fi autocratic sau liberal, de susținere, care încurajează participarea subalternilor la luarea deciziilor și orientat asupra reușitei etc. Sunt descrise cerințele față de oricare lider, lucru deosebit de important din orice punct de vedere și în orice condiții concrete de spațiu și timp.

Un rol important autorii acordă creativității în management. Cu toate că o bună parte a componentelor vieții și activității umane, inclusiv ale managementului, reprezintă o repetare a fenomenelor și proceselor anterioare, de fiecare dată apar momente noi, cu mult mai complexe decât cele precedente, care necesită creativitate și abordări netriviiale. În mod sistemic este expusă creativitatea în acest domeniu: ca o capacitate, ca o funcție, ca un proces, ca o trăsătură, ca o treaptă etc.

Manualul se încheie cu un capitol aplicativ „Practica managementului”, care constă dintr-un sistem de teste psihologice, utilizarea cărora este benefică în practica de dirijare. Răspunsurile la subiectele respective cu siguranță vor contribui la obținerea unui rezultat bun, la un autocontrol eficient și concret, după studierea temelor și problemelor abordate.

Lucrarea este destinată nu doar studenților din cadrul specialității „Sănătate publică și management”, dar și miilor de manageri din medicină (șefi de spitale, de subdiviziuni ale acestora – conducători ai diferitelor centre de învățământ și de cercetare din domeniul medicinei etc.), care au absolvit studii superioare sau medii speciale mai înainte, conform altor programe de învățământ. De asemenea, aceasta poate fi utilă și managerilor din oricare alte domenii (diferite decât medicina).

Considerăm că opera analizată este una de pionierat pentru spațiul nostru, în felul său unică și reprezintă un important eveniment științifico-didactic. Autorii ei merită cea mai înaltă apreciere posibilă.

*Prof. univ. dr. Mihai Patraș, USM*



La 28 septembrie curent, în cadrul ședinței festive a Senatului ASEM, a avut loc decernarea titlului Doctor Honoris Causa **profesorului universitar, doctor în economie și psihologie, Ion Petrescu, prorector al Universității „Spiru Haret” din Brașov, România**, cu care Academia noastră întreține relații de colaborare.

Cu acest prilej publicăm *Sinteza memoriului de activitate profesională și științifică a dlui Ion Petrescu*, prezentat de profesorul universitar, doctor în economie, Vadim Cojocaru, prorector ASEM, și *Discursul de recepție*, rostit de prof.univ. dr. Ion Petrescu cu această ocazie, ambele prezentând o reală valoare științifică și cognitivă pentru cititorii noștri.

## SINTEZĂ

### a memoriului de activitate profesională și științifică a dlui Ion PETRESCU, prof. univ. dr.

#### I. Date generale

**S-a născut la data de 4 februarie 1928**, în orașul Râmnicu Sărat. A urmat cursurile liceului teoretic „Regele Ferdinand” din Râmnicu Sărat, pe care le-a absolvit în anul 1948. Este licențiat în drept (1950), management (1955), filozofie (1962) și economie (1966).

**Este doctor în economie** (Academia de Studii Economice din București, 1972) și **doctor în psihologie** (Universitatea din București, 1976).

**S-a încadrat în activitate** în septembrie 1946. Timp de aproape 20 de ani a lucrat în instituții de învățământ superior militar, parcurgând ca trepte pe cele de asistent universitar, lector, conferențiar și profesor. Timp de cinci ani a fost șef de catedră, iar patru ani – prorector și director al Direcției de Învățământ și Cercetare.

**În perioada 1968-1974** a fost decanul Facultății de subingineri în chimie a Institutului Politehnic din București.

**În perioada 1974-1978** – profesor asociat al Academiei de Studii Economice din București la disciplina ergonomie aplicată în industrie.

**În 1980-1991** a activat ca membru al Laboratorului de știința conducerii al Asociației Juriștilor din România, iar din anul 1991 este membru al Comisiei de Management a Academiei Române.

**În anul 1990** a fost numit director al Cursului de management al Camerei de Comerț și Industrie Brașov, iar din anul 1998 conduce în calitate de director revista “Management General”.

Prin numeroasele lucrări publicate, *94 de cărți, monografii și manuale și peste 200 de articole și comunicări științifice*, este ctitor al școlii moderne de management din România. Marea majoritate a lucrărilor are ca subiect managementul.

**Din anul 1997** conduce doctoranzi în management în cadrul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu. Dintre aceștia 7 au primit titlul de doctori în management, 3 cu distincția „cum laude”.

#### II. Activitatea științifică și profesională

**În primii zece ani**, dl profesor universitar, doctor Ion Petrescu a abordat problematica *psihopedagogiei universitare*, după care, în anii 60, a studiat aspectele finanțelor țărilor în curs de dezvoltare. După această dată, până în 1972, efortul muncii de cercetare a fost îndreptat spre *problemele creșterii eficienței economice*, cu accent pe următoarele domenii:

- a) cercetarea științifică în unități ale industriei chimice și problemele eficienței economice a cercetării;
- b) creșterea eficienței investițiilor în întreprinderile chimice;
- c) rezerve și căi de creștere a eficienței activității de aprovizionare tehnico-materială în întreprinderi;
- d) aspecte principale ale creșterii eficienței economice în procesul de producție în unități ale industriei chimice,
- e) eficiența activității întreprinderii chimice pentru desfacerea produselor pe piața internă și la export;



f) căi de creștere a eficienței conducerii unităților industriei chimice.

În perioada 1967-1970, a cercetat și *problematica microgrupurilor uzinale* în Combinatul Chimic Făgăraș, elaborând numeroase studii, dintre care menționăm:

- cauzele umane ale accidentelor care au avut loc în Combinatul Chimic Făgăraș în perioada 1940-1970;
- metodele de depistare de către maiștri, înainte de începerea lucrului, a persoanelor obosite sau indispușe;
- influența gradului de rudenie asupra naturii relațiilor în microgrupuri și a consecințelor acestora asupra procesului de producție;
- formele și mijloacele de orientare școlară a elevilor către profesii din domeniul chimiei.

Între anii 1972-1977, a investigat *problemele psihosocioeconomice ale conducerii industriale*. A abordat probleme care să ajute managementul să cunoască în profunzime factorii care determină evoluția și particularitățile de manifestare ale procesului managerial:

- factorul subiectiv în management;
- sursele și dimensiunile satisfacției și insatisfacției în management;
- motivația individuală de aprobare sau dezaprobare și presiunea de grup;
- comunicarea ca formă principală a interacțiunii;
- trecerea de la raporturi interpersonale la psihologia de grup;
- raporturile conflictuale în managementul participativ;

În următorii cinci ani, a insistat pe următoarele teme mai importante:

- evaluarea eficienței a procesului de formare și perfecționare a forței de muncă în profil teritorial;
- factorii motivaționali ai mobilității forței de muncă;
- relații cauzale și de interacțiune între utilizarea forței de muncă și procesul de specializare, cooperare, combinare și concentrare a producției în profil teritorial;
- modelarea potențialului uman în vederea utilizării depline și eficiente a forței de muncă în profil teritorial.

În etapa următoare, **timp de peste șase ani**, a fost preocupat de *aspectele psihosociale ale eficienței economice*. Din problematica cercetată în acest domeniu reținem:

- finalitatea umană a eficienței economice;
- implicațiile psihosociale ale eficienței economice (participarea, cointeresarea, motivația, comportamentul și satisfacția);
- influența factorilor psihosociali asupra eficienței sistemului informațional-decizional;
- coordonatele psihosociale ale eficienței organizării producției și a muncii;
- aspectele umane în procesul de creștere a eficienței activității de aprovizionare tehnico-materiale a întreprinderii;
- psihologia eficienței activității întreprinderii pentru desfacerea produselor pe piața internă și la export;

Cercetările în domeniul managementului au vizat, în primul rând *problematica managementului general*. Aceste eforturi sunt finalizate prin publicarea, în anul 1991, a primului *tratat românesc de management*.

Revăzută și adăugită, lucrarea re apare în cea de a II-a ediție în anul 1993. În același an, a apărut la Editura „Hyperion XXI”, București, tratatul de Management General, iar în anul 1994 lucrarea Management ABC, editată de Trisedess Kiado, Septiszent gyorgz.

În aceste lucrări a abordat o viziune sistemică, prin prisma economiei de piață:

- problematica de bază a managementului general și funcțional al societății comerciale românești;
- restructurarea economiei;
- descentralizarea activităților economice;
- sporirea autonomiei decizionale;
- perfecționarea cadrului normativ pentru trecerea la economia de piață;
- formarea unei viziuni manageriale reformatoare, orientată spre performanță și profit.

În planul potențialului uman, a relevat necesitatea operării cu elemente motivaționale orientate, în special, spre consolidarea climatului de disciplină tehnologică și în domeniul muncii orientate mai ales spre rezultate. Astfel, în domeniul managementului financiar a accentuat creșterea rolului pârghiilor economico-financiare și necesitatea folosirii științifice a acestora.

Dl prof. univ. dr. Ion Petrescu a îmbinat munca de investigație și cea de la catedră cu activitatea practică de conducere în domenii de importanță pentru viața unei țări; economia și psihologia.



Timp de peste 25 de ani a condus servicii importante pentru funcționarea unei întreprinderi sau instituții: planificare, organizare, învățământ și personal, normare, financiar, prețuri, analiză economică și control financiar intern, cercetări ergonomice.

O contribuție aparte a adus în **domeniul practicii manageriale**. Astfel, din martie 1992 până în 1996, a organizat cursul de practică managerială cu echipa managerială a societății comerciale „Fartec” S.A. Brașov. Din anul universitar 1993-1994 predă studenților disciplina „Bazele practicii manageriale”. Împreună cu directorul general de la S.C. „Fartec” S.A. a editat, în anul 1994, lucrarea ‘Fundamentele practicii manageriale’, prima de acest fel în literatura de specialitate.

În anul următor a publicat „Introducere în practica managerială”, lucrarea primind premiul „*Oskar-Capital*” pentru cea mai bună carte economică a anului 1995.

Ca **director al Cursului de inițiere în management**, organizat de Camera de Comerț și Industrie Brașov, a asigurat inițierea, aprofundarea, sistematizarea și îmbunătățirea cunoștințelor participanților (directori ai unor societăți comerciale și regii autonome din Brașov, Iași, Cluj, Ploiești, Sibiu și alte centre industriale și comerciale) referitoare la management: introducere în activitatea managerială; organizare a activității manageriale; probleme generale ale managerilor; probleme speciale ale managerilor.

Din anul 1992 activează în cadrul **învățământului universitar privat** al Fundației „România de Măine”. În prezent, este prorector al Universității „Spiru Haret” și titularul disciplinei de management general și bazele practicii manageriale.

**Dl prof. univ. dr. Ion Petrescu a creat Școala de Management din Brașov**. Au fost elaborate noi concepte, modele și teorii în domeniul managementului și a aplicat în practica didactică descoperirile făcute în domeniul cunoașterii manageriale. În cadrul școlii de management de la Brașov a conceput cercetarea științifică ca „serviciu”, depășind tradiționala abordare de concepere a investigației științifice ca un bun luat în general pentru societate. În felul acesta, a integrat cercetarea științifică universitară cu ambele sale componente – *teoretică și aplicativă* – în *planul strategic al școlii pe termen lung*.

Școala creată de management a îmbunătățit literatura națională și internațională de specialitate prin următoarele lucrări:

- „Tratatul de management universitar” (Ed. Lux Libris, 1998) care, prin intenții și realizare, furnizează o informare cuprinzătoare și de autoritate asupra teoriei și practicii în domeniu,
- „Managementul resurselor umane” (1995),
- „Gândirea și aptitudinile managerului” (1998),
- „Metodologia cercetării științifice și elaborării lucrării de licență în management” (1998),
- „Profesiunea de manager” (1997),
- „Psihosociologie managerială” (1998),
- „Succesul managerial” (2000),
- „Metodica predării managementului” (2000),
- „Managementul performanței” (2002),
- „Problemele cercetării în știința managerială” (2002),
- „Managementul personalului organizației” (2003).

### III. Aprecieri ale activității

Dl prof. univ. dr. Ion Petrescu este membru de onoare al Asociației Consultanților în Management din România și al Asociației Naționale a Evaluatorilor din România.

Este atestat de Institutul Român de Management ca **expert principal de gradul I în management**.

A fost ales „**Om al anului 1996**” de către Centrul Internațional de Biografii din Cambridge – Anglia – și a fost inclus, în **1997, de către Institutul Biografic American printre cei 500 de lideri** cu influență din lume în domeniul preocupărilor științifice. În anul 2000, în semn de recunoaștere a meritelor în domeniul managementului, i s-a decernat de către Centrul Internațional de Biografii din Cambridge diploma și medalia „**Om al mileniului**”, iar Institutul Biografic American i-a acordat Medalia de Onoare „Mileniul 2000”.

Prin decizia numărul 423 din 22 martie 2001 a fost numit ca prorector al Universității „Spiru Haret”.

În anul 2004, prin Decretul Președintelui României nr. 1181 din 13 decembrie, „pentru abnegația și devotamentul puse în slujba învățământului românesc, pentru contribuția deosebită la dezvoltarea și promovarea științifică din țara noastră” i s-a conferit **Medalia „Meritul pentru Învățământ”, cl. a II-a**.

Senatul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, în semn de recunoaștere a **activității științifice, i-a acordat, în anul 2005, Medalia de bronz cu diplomă**.

Pentru contribuția adusă la dezvoltarea învățământului în Forțele Aeriene, cu prilejul împlinirii a zece ani de activitate, Comandantul Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coandă” **i-a acordat Diploma de onoare și Medalia comemorativă.**

Pentru perioada următoare a planificat coordonarea a trei lucrări necesare și utile în domeniul managementului:

- managementul catedrei universitare;
- managementul diasporei;
- tratat român de management municipal.

Dl prof. univ. dr. Ion Petrescu este o personalitate extraordinară de consecventă și disciplinată:

- toleranță, nonconflictuală și principială;
- posedă calități, capacități și aptitudini de manager, de cercetător și de profesor în sensul plin al acestui cuvânt.

## DISCURS DE RECEPȚIE cu prilejul decernării titlului de *Doctor Honoris Causa* al Academiei de Studii Economice din Moldova

Domnule Rector, stimați membri ai Senatului, Doamnelor și Domnilor invitați!

Sunt emoționat de acest înalt semn de prețuire care mi s-a acordat și sunt fericit că discursul meu de recepție se va axa pe „Managementul reputației în învățământul superior”, ca un omagiu adus Academiei de Studii Economice din Moldova și a slujitorilor ei, ale căror distinse și stăruitoare eforturi se înscriu ca semnificative pagini în Carta reputației universitare naționale și mondiale.

Mă simt profund legat de reputata Academie, care găzduiește acest important eveniment din viața mea prin activitatea de cercetare științifică și prin cea doctorală. Trecând acum de la perseverențele și stăruitoare acțiuni desfășurate în cele două domenii la recunoașterea meritelor și de aici la recunoștință, declar că sunt adânc îndatorat Domnului prof. univ. dr. habilitat, membru corespondent al Academiei de Științe a Moldovei Grigore Belostecinic, Rectorul Academiei de Studii Economice din Moldova, Senatului Academiei, corpului de cadre universitare și studenților acestei distinse instituții de învățământ superior.

*Voi începe cu un adevăr ce nu poate fi contestat:*

Nimic în această lume nu se clădește atât de greu și nu se distruge atât de ușor ca **reputația**. Amenințările la adresa reputației, indiferent că sunt reale sau perceptibile, pot literalmente distruge, în câteva ore sau câteva zile, o imagine sau o marcă care s-a dezvoltat sau în care s-a investit decenii întregi. Percepția publică a riscului a devenit o amenințare constantă sau recurentă la reputație. Această amenințare devine și mai severă în semnificații și consecințe într-o vreme când forțele globalizării și internetul generează deplasări fundamentale de la așa-zisa „lume veche” sau, altfel spus, de la „economia industrială”, dependentă de valoarea bunurilor fizice ca proprietatea și echipamentele, înspre „lumea nouă” sau „economia cunoașterii”, caracterizată de bunurile intangibile ale reputației, culturii, loialității.

Reputația ca dimensiune a managementului învățământului superior reprezintă o stare de competitivitate, atinsă printr-un nivel de calitate și eficiență care-i asigură prezență durabilă pe piața universitară, în condițiile interacțiunii multiforme și complexe a numeroși factori. În managementul învățământului superior și în mod deosebit în reputația care trebuie să-l însoțească în permanență, atingerea obiectivelor propuse se prezintă ca o necesitate și componentă definițională. *Punctele de vedere expuse în continuare exprimă semnificația reputației pentru creșterea valorii academice.*

Între termenul „reputația academică” și „costul academic” se poate pune semnul de egalitate. În zilele noastre nimeni nu se mai îndoiește în privința semnificației reputației pentru creșterea valorii academice.

Reputația există la fiecare instituție de învățământ superior din primele zile ale fondării ei. Ea se manifestă în cadrul evaluării reale a instituției de către auditoriul implicat. Această apreciere determină, în final, succesul dezvoltării academice în întregul ei. Beneficiarii, analiștii, partenerii de relații și consultanții, în procesul de analiză pe care îl fac, țin seama, în principal, de reputația instituției de învățământ superior. *Ca indicatori ai reputației academice recunoscuți în plan mondial menționăm:*

- calitatea managementului universitar;
- calitatea planurilor de învățământ, a programelor analitice, a întregului proces de învățământ superior;

- capacitatea de a atrage și menține un personal didactic de înaltă ținută academică;
- puterea financiară;
- utilizarea eficientă a activelor;
- atracția candidaților – viitori studenți;
- înclinația spre noi tehnologii de predare-învățare;
- responsabilitatea socială și implicarea în programe de anvergură pentru dezvoltarea zonei de influență;
- succesul pe piețele universitare naționale și internaționale;
- capacitatea de a se confrunta cu stările de criză.

Indicatorii reputației, tablourile de bord, productivitatea globală a factorilor, valoarea ajutoare direc-tă, managementul prin obiective și procese, managementul prin proiecte, investițiile imateriale, sunt expresii pentru a desemna instrumente sau metode caracteristice a ceea ce se poate numi noul instrumentar managerial, care își ia locul în ansamblul de lucru al instituțiilor de învățământ superior. La acestea se adaugă de fiecare dată noțiunea de “reputație globală”.

Reputația globală reprezintă un obiectiv major al oricărei universități, fiind atât o consecință a influen-ței factorilor didactici, economici, culturali, politici, juridici, cât și a factorului uman, a resurselor umane, în general, și a celor potențial creative, în special. De aici și nevoia ca reputația globală a instituției de învățământ superior să fie concepută și tratată ca un sistem.

În cadrul abordării sistemice a reputației globale trebuie plecat de la faptul că efectele acesteia sunt pre-dominant indirecte și propagate, dificil de conturat, delimitat și evaluat, iar nivelul de dezvoltare al instrumen-tarului metodologic de identificare a rezultatelor este încă modest, nepermițând o comensurare riguroasă și com-pletă a acestuia. *Ca atare, pot fi conturate două posibile moduri de abordare a reputației globale a instituției:*

- în sens restrâns, legat de eforturile nemijlocite implicate în funcționarea și perfecționarea sistemului de managementul reputației globale și de efectele directe generate de nivelul său;
- în sens larg, determinat de eforturile și rezultatele ocazionate de funcționarea universității, în an-samblul său. Managementul este tratat în această abordare ca una din cele mai importante modali-tăți de creștere a reputației globale a instituției de învățământ superior.

Și încă o subliniere: în esență, reputația globală este un atribut al omului. Și cum resursele umane au un loc și un rol bine determinat în cadrul universității, putem afirma că în procesele managementului reputației globale, membrii instituției sunt mai mult sau mai puțin reputabili. Rezultă, deci, că reputația globală este suma contribuțiilor personale ale membrilor universității la dezvoltare și creativitate. Ea este rezultatul unui mod de a gândi și a acționa al întregului personal în vederea realizării scopului propus, al obiectivelor previzionate.

O instituție de învățământ superior poate atinge culmile reputației dacă fructifică întregul potențial al fiecărui individ din cadrul său, stimulându-i creativitatea, oferindu-i motive de satisfacție și făcându-l con-știent de propria sa valoare. Cel mai ridicat nivel de satisfacție îi dă împlinirea de sine. Acesta este punctul în care individul realizează trecerea de la nevoia-obligație la nevoia-aspirație orientată spre reputație.

Pentru a influența favorabil participarea factorului uman la procesul de creștere a reputației academi-ce, se cere un efort special de cunoaștere a personalului academic pe tot parcursul activității sale, cunoaștere concretă, individualizată, diferențiată pentru fiecare cadru didactic și fiecare colectiv de activitate în parte. În această idee, o importanță deosebită o prezintă punerea în valoare în cadrul fiecărei universități a variabilelor factoriale de natură psihosocială, desprinderea intensității, a direcțiilor și a modalităților de acțiune a acestora în procesul de creștere a reputației.

Pentru instituțiile de învățământ superior managementul reputației reprezintă un domeniu major nu numai în planul teoriei, ci și al practicii. Această semnificație este pusă în evidență de progresele importante înregistrate până în prezent, precum și de cele ce se așteaptă în viitor, singurele capabile să susțină modificările de natură educațional-didactică, economică, tehnică, tehnologică, psihosocială și juridică produse în ultimii ani. Prin referire directă la obținerea reputației, managementul reprezintă cel mai important factor. Acest lucru este profund conștientizat de managerii universitari care pătrund și fructifică semnificația conceptului și practicii managementului reputației în procesul complex al legăturilor între universități în plan național și în relații aca-demice internaționale, profund influențat de mediul ambiant puternic ce le multiplică și complică.

*Sub aspectul definițional și al mecanismelor se impun câteva sublinieri:*

- managementul reputației reprezintă un complex de măsuri ce vizează formarea, dezvoltarea și pro-tecția reputației, bazat pe realizările reale ale organizației și orientat spre dezvoltarea în perspectivă a acesteia;
- noțiunile de bază ale managementului reputației sunt redată de „image” și „reputație”.

Nu numai în plan definițional, dar și în cel al acțiunilor și influențării, managementul reputației în învățământul superior trebuie tratat ca un sistem.

Sistemul de management al reputației universitare reprezintă un ansamblu ce include numeroase elemente care se găsesc în relații și legături reciproce ce formează un anumit întreg sau o unitate. Acest complex de elemente este destinat să rezolve complicate sarcini de învățământ superior, printre care și cele ridicate de managementul reputației universitare.

*Dintre trăsăturile proprii sistemului de management al reputației am selectat pe cele mai reprezentative: orientarea spre scopuri (sistemul se sprijină pe scopuri care se pot diviza pe componente); prioritatea intereselor sistemului asupra intereselor componentelor sale; complementaritatea componentelor sistemului unul cu altul și cu misiunea sa; emergența; sinergia; multiplicitatea; continuitatea funcționării și evoluției; adaptabilitatea; combinarea managementului centralizat cu cel necentralizat; alternanța căilor de funcționare și dezvoltare.*

Între multiplele căi ce pot fi valorificate de către un management științific al reputației se află colaborarea, motivarea, stilul managerial și afectarea unui buget de timp corespunzător. Toate acestea îmbracă noi trăsături și forme în managementul reputației universitare bazate pe cunoaștere.

La baza trăsăturilor managementului reputației bazat pe cunoaștere se află tendințele care se manifestă în tranziția de la economia actuală la economia bazată pe cunoaștere. Astfel, se situează în plan central funcția de concepere, protecție și integrare a cunoștințelor referitoare la reputație, la asigurarea și menținerea acesteia. Are loc un proces de internalizare a activităților care implică specializare și cunoștințe în materie de reputație și o cercetare concomitentă a realizării a patru categorii de obiective, de naturi diferite: educațional-didactică, economică, socială și ecologică. Sub impactul cunoașterii se produc modificări cantitative, structurale și calitative în categoriile de resurse cu care operează managementul reputației universitare. În acest cadru, resursele umane și cele informaționale înregistrează o ascendență calitativă, strâns legată de resursele de cunoaștere.

În același timp, managementul reputației în învățământul superior are și o esență culturală. Fiecare universitate are propria ei cultură, care este unică și îi conferă o „personalitate” distinctă. *Cultura* instituției de învățământ superior se sedimentează și consolidează progresiv în funcție de istoria acesteia, modul în care a fost condusă de-a lungul anilor, modelele ei specifice „de realizare a lucrurilor”, combinația unică de personalități manageriale care s-au aflat în fruntea instituției și de stilurile acestora, experiența dobândită în urma efectuării unor schimbări strategice, prezența distinctă pe care firma o are în mediul ei universitar. Cultura instituției de învățământ superior este o componentă de primă importanță a patrimoniului intangibil al acesteia, care reprezintă un amestec inconfundabil de „folclor” propriu, climat specific și „personalitate” distinctă în peisajul variat al instituțiilor de profil similar.

În limbajul de management al reputației universitare, cultura instituției de învățământ superior reprezintă un model de atitudini și comportamente adoptate de o universitate pentru a face față cerințelor de adaptare externă și de integrare internă. Mai concret, cultura organizațional-universitară trebuie înțeleasă ca un ansamblu de „reguli de joc”, care determină „spiritul de corp” al universității, ca scară de valori, scară pe treptele căreia sunt așezate mentalitățile de bază, obiectivele și orientările de viitor, modelele comportamentale. Ea cuprinde un ansamblu de norme explicite sau implicite, larg acceptate în cadrul universității, care dirijează atitudinile și comportamentele individuale și colective în legătură cu poziția față de problemele importante pe care le are de rezolvat instituția de învățământ superior.

În managementul reputației universitare se exprimă relațiile funcționale dintre senat și rectorat, dintre consiliul facultății și decanat, dintre acestea și mediul lor. În întreg acest proces de relații, managementul reputației devine relevant și explicativ. El reclamă cunoașterea realității manageriale. Ne aflăm în fața unui activism managerial care reprezintă o manifestare a culturii universității, a unor componente ale acesteia ca răspunderea, motivația, interesul, necesitatea și altele. Acest activism managerial este dat, de asemenea, de sistemul de relații care se statuează în cadrul managementului reputației. La rândul său, formarea culturii instituției de învățământ superior necesită acțiuni din partea sa asupra acelor factori care au influențat-o, exercitând contrareacții și contrainfluențe. Ne aflăm în fața unei influențe pe care o exercită cultura universității asupra personalității universitarilor și care, în final, se va localiza în activismul culturii managerial universitare.

În cadrul procesului de creștere a reputației universitare și a managementului acesteia, *educația* deține un rol major. Educația alimentează învățământul superior și modelează reputația. Dar ea nu își poate îndeplini aceste funcții decât prin intermediul produsului său, care este persoana instruită. O astfel de persoană, fie ea cadru universitar sau student, are tot ce îi trebuie pentru a ști să aleagă căile ce conduc spre reputație.

Într-o universitate de prestigiu reputația reprezintă un obiectiv de bază al strategiei educaționale. Din acest punct de vedere, esența acțiunii de educație constă în formarea actorilor universitari în perspectiva scopului de asigurare a reputației manageriale. Educația nu are rațiunea de a fi decât prin scopurile pe care este menită să le realizeze. În acest cadru, între finalitățile instrucției și educației și conținutul, metodologia didactică și alegerea mijloacelor de instruire se stabilesc relații în care rezidă una dintre căile principale de asigurare a reputației în învățământul superior.

*În încheierea discursului meu, o constatare cu valoare de subliniere:* Academia de Studii Economice din Moldova este orientată spre o reputație la nivel european, temeinic ancorată în revoluția reputației. Lăsăm la o parte ineditul prefigurării și ne axăm pe conexiuni, sfera de cuprindere, natura și finalitatea reputației ASEM-ului.

Cu o privire de analist extern, am reținut următoarele trăsături fundamentale ale reputației și managementului acesteia în Academia de Studii Economice din Moldova:

- ținând seama de impactul pe care îl are asupra funcționalității instituției, rectorul academiei, senatul, decanatele, catedrele au reușit să extindă reputația în toate sferele activității didactice, economice, sociale, cu accent pe tratarea informațiilor și utilizarea proceselor tehnologice moderne în învățământul superior;
- în contextul diminuării diferențelor dintre domeniile de activitate, s-a trecut la organizarea centrată pe munca în echipă, interschimbabilitatea sarcinilor și funcționalitatea interdepartamentală;
- au fost conturate modelele de creștere a performanței, în care scop a fost reevaluat și restructurat întregul sistem al Academiei, asigurându-se fundamentele dezvoltării pe baza performanței;
- se depun insistențe pentru ca principalele funcții ale Academiei să devină conducerea, protecția și integrarea reputației universitare, iar proprietatea intelectuală și managementul reputației să devină profund convergente;
- se asigură un înalt nivel de reputație de ansamblu, punându-se astfel bazele reputației globale a Academiei cu întreaga ei „trenă” didactică, economică și socială;
- se acționează pentru ca relațiile academice interne să fie tranzitive și confirmate, iar promovarea paradigmei reputației academice să se bazeze pe liberul acces la informații și transformarea relațiilor în relații de conducere în locul celor de dependență.
- se extinde gândirea prospectivă în managementul reputației academice, operându-se cu tipul de previziune universitară pe termen mediu și lung, creându-se și o viziune cuprinzătoare de anticipații;
- se produc schimbări radicale în direcția utilizării inteligente și veritabile a computerelor, ceea ce va atrage după sine accelerarea inovației academice, iar capacitatea de a învăța va deveni exponențială.

Îmi exprim ferma convingere că pentru managementul reputației Academiei de Studii Economice din Moldova acțiunile expuse mai sus, la care se adaugă și multe altele pe care, din motive explicabile, nu le-am putut cuprinde, vor avea cu certitudine un impact decisiv, deschizând porți spre noi orizonturi academice.

Ca unul dintre cei care au umblat pe căile managementului reputației academice, m-am convins cât de greu se pătrunde în acest perimetru al teoriei și practicii manageriale. Cu gândul spre viitorul însoțit de succes al managementului, reputației universitare, mă opresc aici, adresându-vă Domniilor Voastre mulțumirile mele pentru distinsa onoare pe care mi-ați acordat-o, participând la solemnitatea de astăzi, și vă încredințez că și în viitor voi conlucra cu port-drapelul învățământului superior, științei și cercetării economice din Moldova, Academia de Studii Economice din Chișinău, pentru dezvoltarea științei și practicii manageriale.





**Mihail Rotaru**  
**BAZELE STATULUI ȘI DREPTULUI**  
**REPUBLICII MOLDOVA**

Lucrarea este elaborată în conformitate cu Curriculumul cursului (Programa analitică), cu realizările contemporane ale științelor juridice și pedagogice. În notele de curs sunt examinate bazele teoriilor generale ale statului și dreptului, explicate concepțiile și termenii juridici de bază, sunt caracterizate și analizate principalele ramuri ale dreptului Republicii Moldova. În anexe sunt prezentate principalele acte legislative: Constituția Republicii Moldova, Declarația de Independență a Republicii Moldova, Extrasul din Legea cetățeniei Republicii Moldova, Legea cu privire la proprietate, Strategia națională de prevenire și combatere a corupției etc. Recomandările metodice, Planurile de seminare, Testele de evaluare curentă și finală, Bibliografia selectivă vor orienta activitatea studenților în procesul instructiv, în vederea însușirii mai eficiente a problemelor studiate.

Prezentul curs universitar este destinat, în primul rând, atât studenților din învățământul superior de la specialitățile nejuridice și juridice, cât și tuturor celor interesați în studierea dreptului, jurisprudenței contemporane.

**Boris Chistruga**  
**INTEGRAREA POSTINDUSTRIALĂ A ȚĂRILOR**  
**EUROPEI CENTRALE ȘI DE EST:**  
**REALITĂȚI ȘI PERSPECTIVE**

Lucrarea reprezintă un mod principal nou de abordare a procesului de tranziție – tranziția țărilor mai slab dezvoltate spre societatea postindustrială. Ea poate servi în calitate de suport teoretic și practic pentru structurile economice, fiind destinată profesioniștilor preocupați de elaborarea și implementarea strategiilor de dezvoltare economică și a politicilor în domeniul relațiilor economice internaționale. Rezultatele cercetării pot servi, de asemenea, în calitate de suport didactic pentru diverse cursuri universitare.

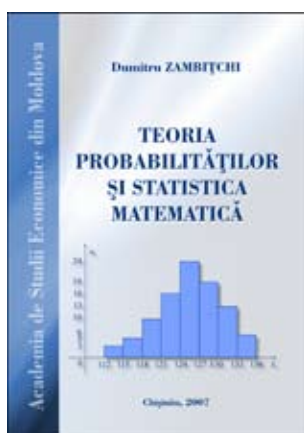


**Dumitru Zambîțchi**  
**TEORIA PROBABILITĂȚILOR ȘI STATISTICA**  
**MATEMATICĂ**

În prezentul manual sunt expuse noțiunile de bază ale teoriei posibilităților și statisticii matematice necesare studiului fenomenelor aleatoare, în general, și celor economice, în special.

Materialul teoretic este ilustrat prin numeroase exemple cu caracter aplicativ. Prezenta ediție este completată cu un capitol nou „Variabile aleatoare bidimensionale”.

Manualul este destinat studenților din instituțiile de învățământ superior de profil economic și tehnic.





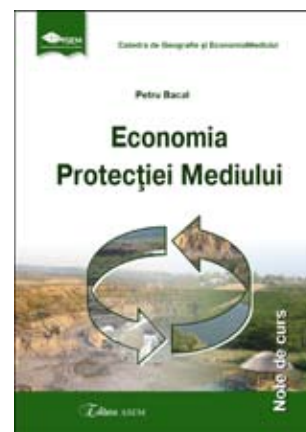


## Raisa Borcoman CORESPONDENȚĂ ECONOMICĂ ȘI JURIDICĂ

Lucrarea de față constituie, în esență, un manual pentru studenții de la instituțiile de învățământ de profil economic, având și rolul unui ghid de corespondență pentru toți cei încadrați în relațiile de afaceri. Manualul este binevenit și pentru persoanele care își desfășoară activitatea în administrația publică sau în unitățile economice și care trebuie să cunoască principiile, regulile, metodele și formele de organizare a lucrărilor de secretariat. Dincolo de aceasta, lucrarea înserează și o orientare generală în conduita firmelor și a întreprinderilor în relațiile cu partenerii și clienții. Pentru cititorii din Republica Moldova, sfaturile propuse vor fi, eventual, la fel de utile ca și tehnica redactării corespondenței propriu-zise.

## Petru Bacal ECONOMIA PROTECȚIEI MEDIULUI

Cursul de prelegeri este destinat studenților și masteranzilor de la specialitatea „Economia și Managementul Mediului”, pentru formarea unor specialiști de înaltă calificare în acest domeniu, de o mare necesitate și actualitate practică. În scopul dezvoltării subiectelor trasate în cuprinsul acestui curs, au fost folosite studiile teoretice și aplicațiile practice din republica noastră și din străinătate, au fost analizate foarte amănunțit prevederile actelor normativ-legislative naționale în vigoare, în special cele referitoare la evaluarea resurselor funciare și a prejudiciilor ecologice, la subsidiile de mediu, taxele pentru utilizarea resurselor naturale, pentru poluarea mediului și depozitarea deșeurilor. De asemenea, este analizată informația statistică existentă cu privire la utilizarea și poluarea resurselor de mediu, aplicarea sancțiunilor administrative și penale pentru încălcarea legislației ecologice, acțiunilor civile de compensare a prejudiciilor aduse factorilor de mediu. Sunt scoase în evidență realizările, dificultățile și perspectivele gestionării economice a resurselor naturale și situației ecologice din Republica Moldova și alte state ale lumii, care au probleme similare în acest domeniu.



### La Biblioteca științifică ASEM:



## Ion Petrescu MANAGEMENTUL REPUTAȚIEI

Lucrarea este o premieră în literatura română de specialitate, înscriindu-se într-o tradiție personală de ancorare investigațională pe un tărâm nebătătorit și care se întinde pe parcursul unei îndelungate perioade. Distincția lucrării nu trebuie, totuși, căutată în caracterul de pionierat la noi, ci mai degrabă în modul în care se raportează la contextul teoretic existent în afara țării și la orientările spre reputație, care sporesc în permanență în planul cunoașterii și generalizării ei, în domeniul desfășurării unor acțiuni prin utilizarea unor metode și reguli, precum și prin urmărirea rezultatelor oglindite în nivelul profitului și al stării de satisfacție a participanților la asigurarea reputației și managementului acesteia.

Tematica lucrării este structurată în două părți. În prima parte sunt dezvoltate noțiuni, concepte, teorii, asocieri reputație – inovare – cunoaștere – schimbare. În partea a doua este abordat conceptul de management al reputației, statutul său teoretic și practic, latura sa educațională, managementul anticriză al reputației, evaluarea managementului reputației, cu o finalizare referitoare la provocările și conținutul managementului reputației în organizația viitorului.

Lucrarea, exploratorie cum este, deschide un nou mod de reflectare asupra managementului reputației și formulează o motivație la inițiativa de construcție a celor care își asumă rolul de a participa la procesul de asigurare și dezvoltare a reputației și managementului său.

*Consemnare: Galina Cotelea*

Redactare - **Galina Cotelea**  
Corectare - **Valentina Solovei**  
Operator - **Natalia Ivanova**  
Redactor tehnic-designer - **Vitalie Spînachi**

Bun de tipar – 24.12.2007  
Format 80x65 1/8. Coli de tipar – 16,38.  
Coli editoriale – 20,28. Tirajul 130 ex.  
Tipografia Departamentului Editorial-Poligrafic al ASEM  
Tel: 402-986