

MOLDCOOP
UNIVERSITATEA COOPERATIST-COMERCIALĂ
DIN MOLDOVA

ANALELE ȘTIINȚIFICE
ALE UNIVERSITĂȚII COOPERATIST-COMERCIALE
DIN MOLDOVA
Volumul al XII-lea

CHIȘINĂU – 2013

Colegiul de redacție

Redactor-șef: Larisa Șavga, rector al UCCM, dr. hab., prof. univ.

Redactori responsabili: Vasile Botnariuc, dr. hab., conf. univ.

Oxana Livițchi, dr., conf. univ.

Membri ai colegiului :

Tudor Maleca, dr., prof. univ.

Victoria Trofimov, dr., prof. univ.

Semion Musteață, dr., conf. univ.

Claudia Tcaciuc, dr., conf. univ.

Feodosie Pitușcan, dr., conf. univ.

Liliana Dandara, dr., conf. univ.

Tudor Tuhari, dr. hab., prof. univ.

Sergiu Oprea, dr., conf. univ.

Tudor Leahu, dr., conf. univ.

Vladislav Seiciuc, dr., prof. univ.

Claudia Melinte, dr., conf. univ.

Alexandru Stratan, dr. hab., director al Institutului Național de Cercetări Economice, Republica Moldova

Ion Verboncu, dr. hab., prof. univ.,

Academia de Studii Economice din București, România

Victor Apopii, dr. hab., prof. univ.,

Academia Comercială din Lvov, Ucraina

Nina Criștafovici, dr. hab., prof. univ.,

Universitatea Cooperatistă din Moscova, Federația Rusă

Tatiana Puiu, dr., prof. univ.,

Universitatea "George Bacovia" din Bacău, România

Nina Mereșco, dr. hab., prof. univ., Universitatea

Națională Comercial-Economică din Kiev, Ucraina

Iulia Doitchinova, dr. hab., prof. univ., Universitatea de

Economie Națională și Mondială din Sofia, Bulgaria

Elizaveta Tarasova, dr. hab., prof. univ., Universitatea

Cooperatistă de Economie și Drept din Belgorod,

Federația Rusă

Viorica Paraschivescu, dr., prof. univ.,

Universitatea "George Bacovia" din Bacău, România

Natalia Pritulschi, dr. hab., prof. univ.,

Universitatea Națională Comercial-Economică din Kiev, Ucraina

Comisia tehnică de redactare-editare: Svetlana Catânsus, Stela Tymofii, Ion Cojocar

Analele Științifice ale Universității Cooperatist-Comerciale din Moldova, volumul al XII-lea, este o ediție consacrată aniversării a 20-a de la înființarea Universității. Pe parcursul a două decenii de activitate Universitatea Cooperatist – Comercială a optat pentru excelență și competitivitate, activitatea de cercetare științifică afirmându-se drept una din cele mai importante componente ale activității academice, evoluând în calitate de suport fundamental pentru dezvoltarea programelor educaționale.

Ediția cuprinde comunicările prezentate în cadrul conferinței științifice internaționale jubiliare „*Prin cooperare – spre dezvoltare durabilă*”, organizată pe data de 21-22 iunie 2013 de către Universitatea Cooperatist - Comercială în parteneriat cu Universitatea George Bacovia din Bacău, România. Forumul științific de talie internațională a reunit reprezentanți ai mediului academic și de cercetare și organizatori decidenți din circa zece țări: Republica Moldova, Croația, Finlanda, Franța, România, Rusia, Spania, Ucraina ș. a., manageri și specialiști ai organizațiilor și întreprinderilor cooperatiste, membri cooperatori, studenți, masteranzi, doctoranzi ș.a. În cadrul sesiunilor evenimentului științific a avut loc diseminarea și validarea rezultatelor cercetărilor științifice desfășurate în cadrul proiectului instituțional de cercetare aplicativă „Fundamentarea modernizării comerțului și cooperăției de consum din perspectiva implicațiilor acestora asupra dezvoltării socio-economice durabile și protecției consumatorilor” (cifru 11.817.08.85A), axate pe dezvoltarea cooperăției de consum și comerțului interior, optimizarea condițiilor de activitate pentru agenții economici, cu impact asupra asigurării calității vieții, prioritățile învățământului modern în contextul imperativului de dezvoltare durabilă etc.

Volumul cuprinde rezultatele cercetărilor într-un spectru larg de domenii: merceologie, comerț, marketing, contabilitate și audit, finanțe, informatică economică, management, drept economic, politici educaționale, comunicare, limbi moderne etc.

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

În speranța unei colaborări fructuoase de durată, Colegiul de redacție aduce sincere mulțumiri instituțiilor partenere, precum și persoanelor grație cărora a fost posibilă apariția acestui volum.

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții

Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova. Analele Științifice ale Universității Cooperatist-Comerciale din Moldova/MOLDCOOP; col. red: Larisa Șavga (red.-șef), Vasile Botnariuc, Oxana Livițchi [redactori responsabili]. – Chișinău: UCCM, 2013. Volumul XII, – 2013. – 402 p.

Texte: limba română, rusă, engleză, franceză

*Materialele publicate în volum reflectă opinia semnatărilor,
care nu coincide neapărat cu cea a colegiului de redacție*

SECȚIUNEA I
MODELUL COOPERATIST: OPORTUNITĂȚI ÎN CONTEXTUL
EVOLUȚIILOR CONTEMPORANE

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

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

Măsura destinului împlinit și a demnității umane o constituie sacrificiul în numele unui demers constructiv, durabil și credința nestrămutată în valorile defînitorii ale spiritualității naționale.

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

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

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

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

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

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

De la început s-a preconizat că în cadrul UCCM vor funcționa ca subdiviziuni cu balanță autonomă Colegiul Cooperatist din Moldova și Centrul de Cercetări științifice și perfecționare a cadrelor din cooperația de consum (Centrul didactico-științific). Astfel, de la înființare, activitatea

UCCM s-a **fundamentat pe principiile și valorile europene** în domeniul învățământului superior: *formarea profesională bazată pe cercetare; autonomie universitară și financiară; asigurarea calității educației; educația pe parcursul întregii vieți ș.a.*

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

Crearea UCCM, una dintre primele universități private (nebugetare), cu un statut deosebit de apartenență unei comunități de peste un milion de membri-cooperatori din întreaga țară și cu o subordonare dublă – Uniunii Centrale a Cooperativelor de Consum din Republica Moldova (Moldcoop) și Ministerului Educației, a constituit o **formă alternativă de dezvoltare a învățământului superior din Moldova.**

Înființarea și dezvoltarea universității a asigurat continuitatea spectrului de tradiții și valori, care au fost create de generațiile anterioare.

Instituirea universității a fost generată de necesitatea asigurării cu specialități de înaltă calificare a cooperației de consum și a altor domenii ale economiei naționale. Până la înființarea instituției pregătirea specialiștilor cu studii superioare se efectua peste hotare, preponderent în Ucraina, Rusia. Crearea universității a însemnat **o deschidere și o nouă oportunitate pentru dezvoltarea potențialului uman** și, respectiv, consolidarea economică a cooperației de consum.

La momentul înființării, UCCM și-a început activitatea doar cu o facultate - *Marketing și Merceologie*, 7 catedre și 3 specialități (*Management, Marketing, Evidență contabilă și control*) și cu un număr de **170 de studenți**, dintre care:

- **123 de studenți** înmatriculați la anul I de studii (76 la studii cu frecvență la zi și 47 la învățământul cu frecvență redusă) la 3 specialități – *Management, Marketing, Evidență contabilă și control*,
- **9 studenți** – absolvenți ai colegiilor, înscriși la anul II la 2 specialități – *Management și Evidență contabilă și control*,
- **20 de studenți** înmatriculați la anul III prin transfer de la ASEM (studii cu frecvență la zi) la specialitatea *Management*,
- **18 studenți** – transferați la UCCM de la Institutul Comercial-Economic din Lvov (actualmente Academia Comercială din Lvov), Ucraina, la specialitatea *Marketing*.

Pe parcursul anilor universitatea și-a extins continuu activitatea, diversificându-și serviciile educaționale și înregistrând în ultimii ani – 4 facultăți, cu un număr de peste 3000 de studenți, oferind, totodată, 15 programe pentru studii de licență, 20 de programe de masterat, studii doctorale la 6 specialități, circa 50 de programe de formare continuă etc.

Disponând la început de un *corp didactic* puțin numeros, dintre care doar 6 persoane dețineau titlul de doctor și doctor habilitat, în prezent universitatea întrunește un colectiv profesoral competent și competitiv, 56% din cadrele didactice fiind cu titluri științifice.

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

Universitatea devenind cea de-a 6-a instituție de învățământ superior din țară (din 47 existente în 2001), care a obținut acreditarea academică și a 4-a instituție afiliată la AȘM, care a fost acreditată științific.

Fiecare an de activitate a universității a însemnat *o nouă treaptă de ascensiune a instituției*, deschiderea unor noi oportunități pentru colaborare și dezvoltare multidimensională.

În **prestația sa academică** UCCM pledează pentru performanță și excelență în educație, implementarea politicilor europene în învățământ și integrarea în Spațiul European al Învățământului Superior. UCCM continuu a investit în dezvoltarea resurselor sale, prioritară fiind cele umane, inclusiv dezvoltarea infrastructurii.

- ✓ Astfel, odată cu aderarea Republicii Moldova la Procesul de la Bologna, UCCM s-a încadrat în realizarea priorităților acestuia, *ajustându-și structura și conținuturile educaționale la arhitectura europeană, a implementat Sistemul Național de Credite de Studii.*
- ✓ În consens cu Obiectivul European ”Către un învățământ superior diversificat, receptiv și competitiv”, *Programele academice oferite de UCCM* includ un spectru vast de domenii – *comerț, economie, contabilitate, finanțe, merceologie, marketing, logistică, business și administrare, turism, informatică, achiziții etc.*, ce sunt axate pe o temeinică formare economică fundamentală și aplicativă și pe *dezvoltarea competențelor profesionale* ale absolvenților. Acestea în permanență sunt ajustate la necesitățile pieței muncii și obiectivele de dezvoltare economică ale țării, ale sectorului cooperatist, datorită relațiilor de cooperare eficiente stabilite cu mediul de afaceri.
- ✓ În parcursul său de formare profesională, studenții, masteranzii, doctoranzii și alți beneficiari sunt sprijiniți de un *corp profesoral cu o experiență apreciabilă în învățământul superior, cu recunoaștere națională și internațională*, precum și de o *modernă bază tehnico-materială*, completată și renovată pe parcursul a două decenii, care include: *laboratoare specializate: de cercetări merceologice și expertiză a mărfurilor alimentare și nealimentare, de chimie și fizică a mărfurilor, de microbiologie, de tehnologie a preparării bucatelor; cabinete de utilaj și tehnologii comerciale, de turism; biblioteca științifică* dotată cu tehnică de calcul și literatură de profil în limbile de circulație internațională, biblioteca electronică; *laboratoare cu calculatoare moderne conectate la Internet etc.*, ce contribuie la dezvoltarea competențelor aplicative ale studenților și creșterea nivelului lor de performanță profesională.
- ✓ În scopul apropierii serviciilor educaționale de beneficiari în anul 2011 a fost înființată *Filiala Soroca a UCCM* – prima filială a instituțiilor de învățământ superior din țară, care se dezvoltă într-un *Centru regional de formare profesională*.
- ✓ În vederea integrării în cadrul unor programe europene și internaționale un accent deosebit se pune pe *dezvoltarea mobilității academice* a studenților și cadrelor didactice în cadrul programelor ERASMUS-MUNDUS și acordurilor de parteneriat cu instituții de peste hotare, ce contribuie la amplificarea schimburilor și dialogului intercultural, creșterea competitivității absolvenților universității în piața muncii.

- ✓ UCCM permanent optează pentru implementarea formelor moderne și inovațiilor în învățământ.

Din 2011 UCCM, în parteneriat cu alte universități din țară și de peste hotare, în cadrul proiectului TEMPUS, participă la configurarea *învățământului electronic* în Moldova.

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

- ✓ Complexul Sportiv (construit în 2001), serviciile de alimentare, medicale și de cazare în cele 2 cămine ale universității, de asemenea, sunt puse la dispoziția întregii comunități academice a instituției.

Dezvoltarea universității în aceste două decenii s-a axat pe integrarea învățământului cu **cercetarea științifică și procesul de inovare-dezvoltare**.

Doar la un an după înființarea universității, în septembrie 1994, a fost instituită *doctorantura UCCM*, inițial dispunând de numai 3 specialități. Actualmente UCCM oferă studii de doctorat la 6 specialități ce contribuie la constituirea unei școli științifice economice proprii, unde pe parcurs și-au efectuat studiile cca 100 de doctoranzi din republică și din alte țări.

UCCM a susținut și a motivat continuu cadrele didactice în parcursul său de cercetare științifică. Astfel 62 de cadre didactice ale universității au devenit posesori de grade și titluri științifice în perioada de activitate a instituției.

O atenție sporită se acordă, totodată, *formării și asigurării continuității gândirii economice a tinerilor*. UCCM, în parteneriat cu Asociația științifică a Studenților (creată în 1995), diversifică continuu formele de *implicare a studenților, masteranzilor în cercetare*. A devenit tradițională organizarea conferințelor tinerilor cercetători. Recent, în aprilie curent, și-a desfășurat lucrările ediția jubiliară – cea de-a 20-a, care a întrunit circa 200 de participanți.

Rezultatele cercetării, cooperarea științifică interuniversitară și internațională se materializează în numeroase *publicații*, deosebit de valoroase fiind *lucrările elaborate în colaborare cu cadre didactice și științifice din alte instituții*. În acest sens menționăm colaborarea fructuoasă cu ASE din București, Institutul de Cercetări Economice a Academiei Române, Universitatea "George Bacovia", Bacău, România, universitățile cooperatiste din țările CSI, instituțiile de învățământ și de cercetare din țară - ASEM, UTM, USM, Institutul de Cercetări Economice al AȘM ș.a.

O deschidere esențială spre mediul academic internațional sunt *Analele Științifice ale UCCM*, acreditate în 2008 cu titlu de revistă științifică peer-reviewed, care înregistrează deja 12 volume.

Performanțele cadrelor didactico-științifice sunt apreciate de mediul academic din țară și de peste hotare, ele fiind parte în diferite organizații internaționale, Comisii de experți, membri în Colegii de redacție, Comitete științifice, conducători ai tezelor de doctorat, participanți la evenimente științifice internaționale.

Accreditarea de către CNAA a UCCM în calitate de **organizație din sfera științei și inovării** (în anul 2009) la profilul *Economia și managementul dezvoltării comerțului și cooperăției de consum* și obținerea statutului de *membbru afiliat al Academiei de Științe a Moldovei* a amplificat posibilitățile de colaborare științifică și a deschis accesul la fonduri naționale și internaționale de finanțare a cercetării.

Începând cu anul 2011 UCCM implementează **proiecte instituționale de cercetare**, unul dintre care este *"Fundamentarea modernizării comerțului și cooperăției de consum din perspectiva implicațiilor acestora asupra dezvoltării socio-economice durabile și protecției consumatorilor"* (cu perioada de derulare 2011-2014), obținut în baza concursului desfășurat de AȘM (2010). În realizarea acestui proiect este implicat un număr de 38 de cercetători (dintre care 15 tineri cercetători) focusați pe tematica investigațiilor, rezultatele fiind implementate de Ministerul Economiei, Moldcoop, alți agenți economici, astfel stabilindu-se un parteneriat eficient **Universitate-Autorități-Mediu de afaceri**.

Activitatea de cercetare în cadrul UCCM are pronunțate **valențe aplicative**, care se manifestă în servicii oferite societății – implementarea propunerilor inovative de dezvoltare, învățământ continuu, expertiză și consultanță economică și managerială etc. – organizate prin intermediul *subdiviziunilor specializate*, create și dezvoltate în acest scop – *Centrul de Cercetare, Inovare și Dezvoltare, Laboratorul de cercetări științifice în comerț și domeniile de activitate a cooperăției de consum (creat în 2009), Centrul de Studii și Resurse Cooperatiste (instituit în 2012 – Anul Internațional al Cooperativelor), Centrul de Dezvoltare, Expertiză și Consultanță în Afaceri "Mercurius" (creat în 2010), Laboratoare specializate* etc.

UCCM susține un **dialog constructiv cu autoritățile publice centrale, cu Moldcoop, cu mediul de afaceri**.

- Colaborarea UCCM cu Moldcoop, organizațiile cooperatiste își are expresie în elaborarea strategiilor de dezvoltare, furnizarea de soluții de modernizare și de eficientizare a activității sectorului, servicii de consultanță, training ș.a. O realizare marcantă este și participarea la elaborarea *Programului de dezvoltare a cooperăției de consum din Moldova în 2012-2015*, care a fost aprobat la Congresul al XV-lea al acestui sistem (27 ianuarie 2012). Relații de colaborare eficiente și reciproc avantajoase s-au stabilit între universitate și cooperativele de consum din Strășeni, Leova, Anenii Noi, întreprinderea cooperatistă Procoop din mun. Chișinău ș.a.
- Parteneriatul cu *Ministerul Economiei, agenții din domeniul antreprenoriatului* se materializează în contribuția la elaborarea documentelor de politici de stat și perfecționarea cadrului normativ în domeniul comerțului interior (din 2011 până în prezent). Menționăm în acest sens participarea la elaborarea *Strategiei de dezvoltare a comerțului interior pentru anii 2013 – 2020*, care va amplifica contribuțiile acestui sector la dezvoltarea socio-economică durabilă.
- Cadrele didactice ale UCCM își aduc contribuția la *perfecționarea sistemului național de contabilitate* (edificarea sistemului contabil al Republicii Moldova, promovarea reformei contabilității).

O dimensiune importantă a colaborării cu mediul de afaceri revine implementării conceptului de **învățare pe parcursul vieții**. Numai din cooperăția de consum au urmat diferite programe de formare profesională continuă - circa 2200 de angajați.

UCCM optează continuu **pentru calitatea prestațiilor sale**. Printre primele universități a implementat și certificat extern Sistemul de Management al Calității conform ISO 9001:2008, în

baza Proiectului susținut de Fundația Soros-Moldova (2003-2007) și Proiectului de Ameliorare a Competitivității susținut de Camera de Comerț și Industrie din Moldova. Această experiență este diseminată cu succes în mediul academic din țară și de peste hotare, majoritatea universităților din republică implementând propriile sisteme de management al calității.

Dezvoltarea universității întotdeauna s-a bazat pe valoroasa tradiție națională în domeniul învățământului, dar și pe **experiența internațională în domeniu**.

Pe parcursul activității sale de două decenii, UCCM a devenit membru al diferitor organizații internaționale al:

- Asociației Internaționale a Universităților (anul 1999),
- Memorandumului de colaborare a instituțiilor cooperatiste de învățământ superior din țările CSI (anul 1995),
- Asociației Internaționale a Instituțiilor de Învățământ Comercial-Economic (anul 2000),
- Asociației Mondiale a Merceologilor și Tehnologilor (anul 2006) și a dezvoltat parteneriate cu circa 40 de universități din peste 30 de țări de peste hotare (*România, Finlanda, Germania, Franța, Belgia, Spania, Rusia, Ucraina, Belarus, Lituania, Kazahstan, S.U.A., Bulgaria, Polonia, Israel, Portugalia, Suedia, Croația, Republica Cehă, Ungaria, Macedonia, Montenegro, Serbia, Republica Slovacă, Slovenia*).

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

Dezvoltarea UCCM se axează pe *studierea și transferul bunelor practici* ale sistemelor educaționale din alte țări, ale instituțiilor de învățământ cu performanțe în domeniul educațional și de cercetare. UCCM participă în diferite proiecte academice internaționale, inclusiv: TEMPUS, ERASMUS-MUNDUS, SPACE (European Network for Business Studies and Languages) ș.a.

În calitatea sa de instituție a Moldcoop, *UCCM este parte a Alianței Cooperatiste Internaționale (ACI)*, care întrunește cca un miliard de membri, asociați în 267 de organizații din 96 de țări. *UCCM colaborează fructuos cu ACI, Diviziunea Regională Europeană a acesteia "Cooperaives Europe", Comitetul de Cercetare al ACI.*

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

¹ Magna Charta Universitatum reprezintă un document ce are o putere simbolică de excepție, care statuează principiile fundamentale ale misiunii academice. Documentul a fost semnat pe 18 septembrie 1988, la Universitatea din Bologna, cu ocazia aniversării a 900 de ani de existență a Alma Mater. Scopul acestui document este de a consfinți valorile fundamentale ale tradiției universitare, de a încuraja dezvoltare a unor relații puternice de cooperare între universitățile europene. În prezent au semnat acest document peste 700 de universități din lume.

- organizarea Conferinței științifice internaționale „*Cooperativele și dezvoltarea durabilă într-o economie globală*”, organizată la 26-27 aprilie 2012 în incinta universității, la care au participat circa 200 de participanți din 16 țări, manageri și specialiști din cadrul cooperăției de consum, reprezentanți ai mediului de afaceri, stabilindu-se un dialog eficient dintre educație-cercetare-mediul de afaceri;
- în *parteneriat cu Ambasada SUA*, în cadrul UCCM a fost organizat *Atelierul cu genericul „Promovarea valorilor cooperatiste prin tineri”* (la 10 decembrie 2011), care a întrunit elevi din toate raioanele republicii;
- în AIC UCCM a fost onorată de *vizita* Directorului Diviziunii Regionale a ACI „*Cooperativele Europei*”², dl Klaus Niederlander, discuțiile cu cadrele didactice, studenții universității au punctat noi perspective de dezvoltare a educației, cercetării și mișcării cooperatiste.

În prezent **universitatea este recunoscută nu doar în țară, dar și în afara ei**, calitatea prestațiilor dovedindu-se, în primul rând, prin **profesionalismul absolvenților**, pe care îi considerăm patrimoniul cel mai de preț.

Cei cca 6000 de absolvenți ai UCCM activează cu succes în cele mai variate domenii din sectoarele public și privat, nonguvernamental, aducându-și contribuția la dezvoltarea socio-economică a țării în calitate de parlamentari, manageri, cadre didactice, experți, specialiști etc. Performanțele lor sunt apreciate și de companiile internaționale din țară și de peste hotare.

După **două decenii de activitate**, suntem în drept să afirmăm cu mândrie că UCCM a menținut și temeliile universității clasice, humboldtiene, constituindu-se pe parcursul celor două decenii de activitate în calitate pe care o râvnește orice universitate – **de centru cultural, academic, științific, perseverând pe vectorul universității moderne – educație-cercetare-inovare-dezvoltare**, pe care îl urmează cu fidelitate, modernizându-și permanent politicile de activitate internă și de colaborare externă.

Privind cu emoție la cei 20 de ani parcurși de la înființare, exprimăm *profunda recunoștință tuturor celor, care prin efortul, inteligența și gândirea creativă au dat naștere și strălucire instituției noastre*, contribuind la asigurarea economiei naționale cu numeroase promoții de specialiști de calificare înaltă.

Linia de acțiune a UCCM pe viitor, stabilită în acord cu politicile Europene, se bazează pe interacțiunea eficientă dintre EDUCAȚIE, CERCETARE- INOVARE și ȘANSE de ANGAJARE într-un Triunghi al Cunoașterii, în care programele profesional orientate joacă un rol decisiv.

Fie ca faptele bune să se înmulțească și viitoarele rezultate ale UCCM să fie pe potrivă aspirațiilor.

² Organizația „Cooperativele Europei” întrunește 91 de organizații-membre din 35 de Țări Europene, asociază 123 de milioane de membri individuali, 160 de mii de întreprinderi cooperative, oferă 5,4 milioane de locuri de muncă.

PERSPECTIVELE ȘI PROVOCĂRILE PE TERMEN MEDIU PENTRU PROCESUL CREȘTERII ECONOMICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

*Stratan Alexandru, dr. hab., prof. univ.,
Rojco Anatolie, dr., conf. cerc.,
Fala Alexandru, cerc. șt.,
Institutul Național de Cercetări Economice al AȘM*

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

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

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

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

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

Sursa: elaborat de autori

De asemenea, trebuie menționat și faptul că, sub aspect funcțional, economia națională se bazează pe consum, susținut în mare parte de remiteri – situație care ar mai putea aduce beneficii pentru Republica Moldova pe termen mediu. În același timp, din cauza fragilității arhitecturii economice a Republicii Moldova, procesul creșterii este extrem de vulnerabil la șocuri, atât de ordin extern, cât și intern. Probabilitatea producerii unor șocuri va plana constant asupra economiei naționale pe termen mediu, fapt ce va afecta negativ creșterea. Printre șocurile ce ar putea afecta economia națională se numără:

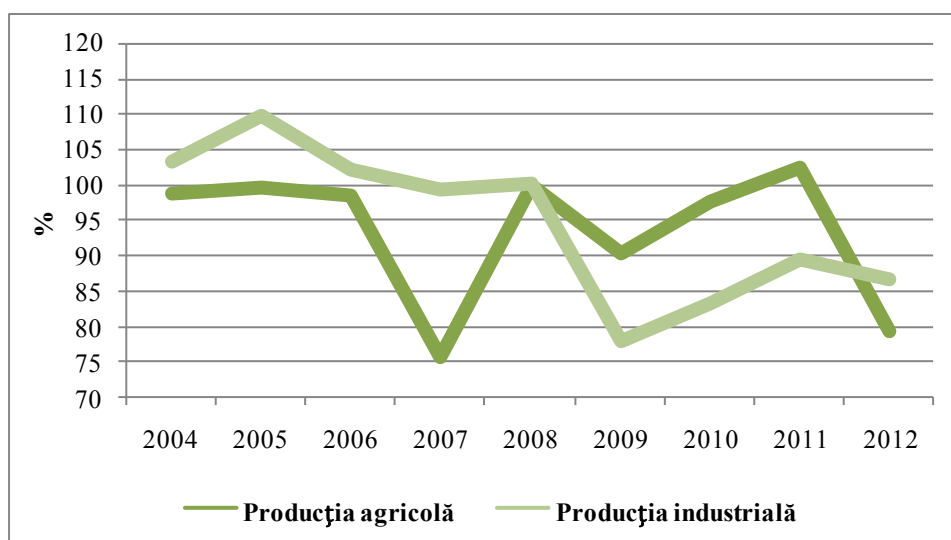
- creșterea prețurilor la produsele energetice;
- introducerea unor măsuri prohibitive pentru exportul produselor moldovenești pe piețele estice;
- revenirea economică greoaie în statele Uniunii Europene;
- condițiile climaterice nefavorabile ce ar afecta sectorul agricol și industria alimentară.

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

- volumul mărfurilor transportate s-a redus cu 2,9%;
- în domeniul activității comerciale, doar cifra de afaceri rezultată din serviciile prestate populației a crescut cu 3,1%, restul tipurilor de comerț s-au diminuat;
- volumul construcțiilor realizate în antrepriză s-a micșorat cu 4%.

Pe termen mediu sectorul bunurilor și serviciilor își va reveni lent. În 2013 industria va avea un ritm pozitiv de creștere, însă această avansare nu va permite atingerea nivelului din anul 2008. Agricultură ar putea să cunoască un salt important, totuși, acest sector va rămâne volatil, fiind extrem de vulnerabil la schimbările meteorologice. Serviciile ar putea cunoaște o revenire care va fi neuniformă: pentru construcții nu se anticipează avansări importante, în transporturi pot fi atinse și chiar depășite rezultatele anului 2012, comerțul se va stabiliza, existând premise bune pentru creștere.

Figura 1. Evoluția sectoarelor tradabile (2008 = 100)



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

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

Pe termen mediu, activitatea investițională va continua să fie un motor auxiliar în generarea creșterii și nu va avea o cadență sporită - apetitul investițional al agenților economici din Republica Moldova va fi redus, iar problemele din economia mondială demotivează firmele străine să-și extindă afacerile. Chiar și în cazul unei creșteri economice neesențiale, la capitolul finanțe publice se va menține o situație relativ satisfăcătoare - cel mai probabil, în 2013, Republica Moldova va reuși să-și mențină deficitul bugetar sub 3% din PIB. Totodată în cazul Republicii Moldova, din cauza volumului redus al încasărilor, nu există posibilități pentru stimularea creșterii pe seama expansiunii cererii din contul cheltuielilor publice, din contra, puternica dependență a economiei de intrările de valută (venituri din export și remiteri) face extrem de fragilă stabilitatea bugetară.

Pe termen lung, este puțin probabilă menținerea actualului model de funcționare a economiei naționale. Odată cu absorbția migranților de către țările gazdă și reuniunea peste hotare cu familiile sale, volumul remiterilor direcționate spre Republica Moldova se va reduce mult. În acest context, se impune schimbarea ”modelului” de funcționare a economiei naționale. Sursele ce ar putea asigura dezvoltarea economică durabilă rămân a fi investițiile și exportul. În același timp, remodelarea economiei naționale impune realizarea unor schimbări structurale profunde.

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

- simplificarea în continuarea operațiunilor / inițierii afacerilor;
- înlăturarea barierelor în comerț transfrontalier;
- îmbunătățirea dialogului dintre sectoarele public și privat;
- crearea unui mediu concurențial autentic.

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

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

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

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

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

II. Greutatea poverii pensiilor. Ea este exprimată prin:

- ponderea relativ înaltă a cheltuielilor din pensii în PIB. În 2011 cheltuielile pentru achitarea pensiilor au atins 6481,7 milioane lei, ceea ce constituie 7,89 % față de quantumul PIB-lui anual al țării. Aceasta este mai puțin decât în mediu pe țările OCDE (8,3%), dar mai mult decât în așa țări ca: Cehia, Irlanda, Slovacia, Norvegia, Turcia, Japonia, Australia;
- taxele destul de înalte a contribuțiilor de pensii. Taxa sumară a contribuției obligatorii a asigurărilor sociale de stat în Republica Moldova în ultimii ani a constituit 29% față de fondul de salarizare. Aceasta este mai puțin, decât în așa țări precum: Portugalia (34,8%), Ungaria (33,5%) și Italia (33,0%). Cu toate acestea, taxa contribuției obligatorii a asigurărilor sociale de stat în Republica Moldova este mai mare decât în majoritatea țărilor, iar comparativ cu unele dintre ele este de 3 ori mai înaltă. Această taxă este, de asemenea, mai înaltă decât în mediu pe țările OCDE (21,0%). Astfel, comparativ cu unele țări dezvoltate, în Republica Moldova sunt aplicate taxe mai înalte de contribuții de pensii, pe de o parte, și un nivel semnificativ mai scăzut de pensii, pe de altă parte. Acest lucru arată eficiența extrem de scăzută a funcționării sistemului de pensii din țară.

III. Instabilitatea financiară a sistemului de pensii, are un impact negativ cauzat de înrăutățirea situației demografice din țară.

Pentru depășirea acestor tendințe negative este necesar de a efectua modernizarea sistemului de pensii. Ținând cont de experiența efectuării reformei sistemului de pensii în alte țări, în Republica Moldova este oportun de a menține funcționarea principiilor distributive ale sistemului de pensii. Este necesar de a orienta perfecționarea acestuia prin corectarea celor mai importanți parametri ai sistemului de pensii.

Obiectivul strategic de perfecționare a sistemului de pensii din Republica Moldova trebuie să fie asigurarea funcționării stabile a acestuia, capabil să sprijine nivelul acceptabil al pensiilor pentru beneficiarii lui, asigurând, totodată, “povara” acceptabilă a finanțării pensiilor. Acest obiectiv strategic își găsește exprimarea sa în următoarele trei obiective de perfecționare a sistemului de pensii:

- reducerea riscului sărăciei pensionarilor;
- menținerea nivelului de consum pe parcursul ciclului de viață;
- consolidarea stabilității financiare a sistemului de pensii.

Direcția de bază a reducerii riscului de sărăcie a ”tinerilor” pensionari trebuie să fie crearea oportunităților pentru ocuparea lor după posibilități și asigurarea pe această bază, a sursei de venit suplimentar la pensie – venit din munca salariată. Pentru pensionarii, care nu au posibilități fizice de obținere a venitului suplimentar din salariu, sunt necesare măsuri pentru sprijinul condițiilor lor materiale de trai prin condițiile sistemului de asistență socială.

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

a) perfecționarea corelației dintre numărul angajaților și pensionarilor; b) introducerea limitelor creșterii obligațiunilor față de pensionari.

În condițiile unei îmbătrâniri continue a populației pentru îmbunătățirea raportului dintre lucrători, și pensionari și ridicarea pe această bază a stabilității sistemului de pensii din Republica Moldova este nevoie de a lua măsuri pentru consolidarea securității demografice a populației. O altă măsură eficientă de reglementare a stabilității financiare de către stat a sistemului de pensii ar putea fi o reducere semnificativă a economiei tenebre și a cuantumului salariului ascuns, rezultatul căreia ar fi o creștere a volumurilor contribuțiilor de asigurare.

Limitarea creșterii obligațiilor de pensii a statului față de angajați presupune schimbarea schemelor de indexare a pensiilor și ridicarea vârstei de pensionare. Ridicarea vârstei de pensionare trebuie să devină unul dintre principalele componente ale noului model de pensionare în Moldova. Calculele au arătat, că în cadrul acestui model, vârsta de pensionare pentru bărbați este necesar de a o menține la nivelul actual – 62 de ani și de a-l ridica pentru femei – de la 57 până la 60 de ani.

În același timp pentru a spori eficiența instituțiilor publice este nevoie de o nouă reglementare a modului în care sunt administrați banii publici de către instituțiile finanțate de la bugetul de stat. Reformarea ar trebui să fie orientată spre sporirea autonomiei și flexibilității instituțiilor publice în materie de gestionare a surselor financiare.

În materie de comerț este improbabilă repetarea evoluțiilor înregistrate în 2010-2011, când creșterea exportului a devansat majorarea importului. Sunt câteva cauze importante care determină performanța redusă a exporturilor naționale:

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

Calitatea infrastructurii naționale poate fi calificată ca una destul de rea, fiind necesare o serie de măsuri în vederea îmbunătățirii acesteia. Eforturile în domeniul infrastructurii trebuie orientate pe următoarele direcții:

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

Pentru a susține pilonul cunoștințelor se recomandă următoarele măsuri:

- Reconsiderarea procesului de optimizare a școlilor. Pentru asigurarea transportării elevilor trebuie de asigurat localitățile cu un minim de infrastructură necesară (stații și drumuri centrale din localități, cel puțin cu acoperire de pietriș). Procesul de optimizare trebuie de realizat prin consultarea comunităților;
- Reformarea sistemului de învățământ trebuie axată pe modificarea curriculei și îmbunătățirea procesului de formare a cadrelor didactice;
- Îmbunătățirea calității învățământului profesional și superior. Un rol important în reformare l-ar avea stabilirea parteneriatelor dintre mediul academic și cel de business.

La fel, este necesar de a perfecționa mecanismele de stimulare de stat a activității inovatoare a întreprinderilor în următoarele direcții:

- stabilirea de către guvern a granturilor pentru realizarea proiectelor de inovare în cadrul comenzilor de stat;
- subvenționarea de către stat a diferitor forme de investire nestatală în crearea fondurilor venture, fondurilor specializate pentru dezvoltarea tehnologică, a parcurilor științifico-tehnologice, incubatoarelor de inovare, clusterelor;
- reglementarea de stat a cererii pentru produsele inovatoare prin introducerea standardelor mai ridicate pentru diverse tipuri de produse și servicii;
- identificarea de către guvern a listei de produse și tehnologii, care sunt prioritare pentru Republica Moldova pentru o anumită perioadă de timp (1-3 ani) și care necesită susținere preferențială de stat la elaborarea și lansarea lor în mod inovator;
- reglementarea de stat a barierelor administrative pentru facilitarea lansării pe piață a produselor inovatoare ale întreprinderilor mici și mijlocii;
- perfecționarea cadrului legal în domeniul dezvoltării sistemului informativ-analitic de asigurare a realizării politicii inovatoare de stat și monitorizării situației în dezvoltarea inovatoare a economiei;
- consolidarea sistemului de protecție a drepturilor de proprietate intelectuală, creșterea activității de brevetare a antreprenorilor autohtoni în țară și în străinătate.

Bibliografie:

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

ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В ИССЛЕДОВАНИЯХ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX В.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Литература:

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

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

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

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

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

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

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

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

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

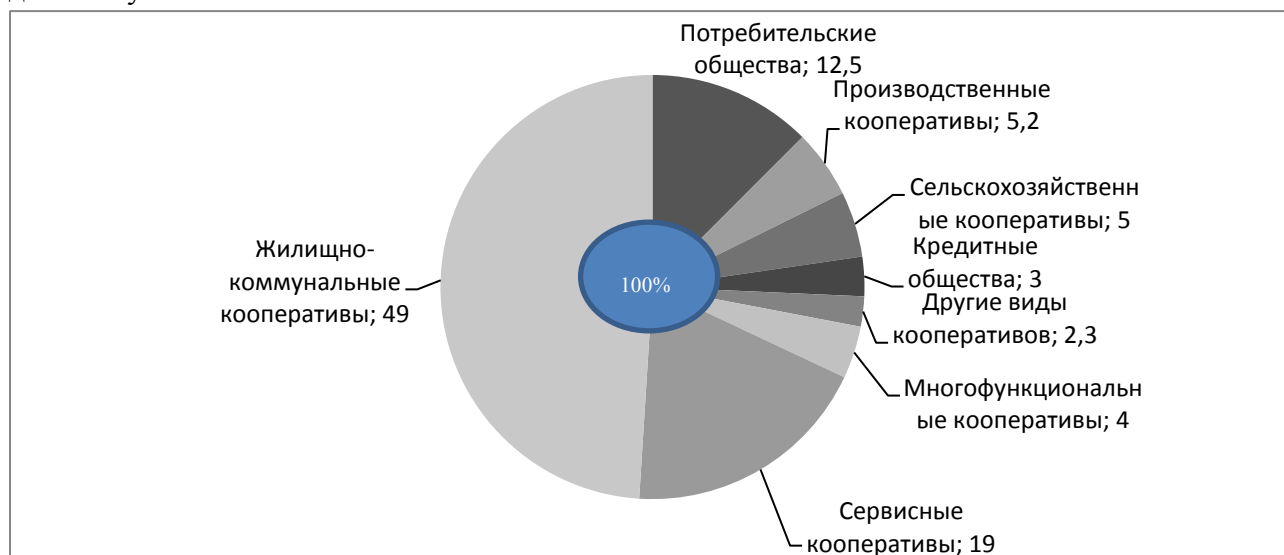


Диаграмма 1. Структура кооперативного сектора экономики Украины (2012 год)

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

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

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

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

Таблица 1

Динамика развития основных видов кооперативных систем в Украине

(ед.кооперативов)

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

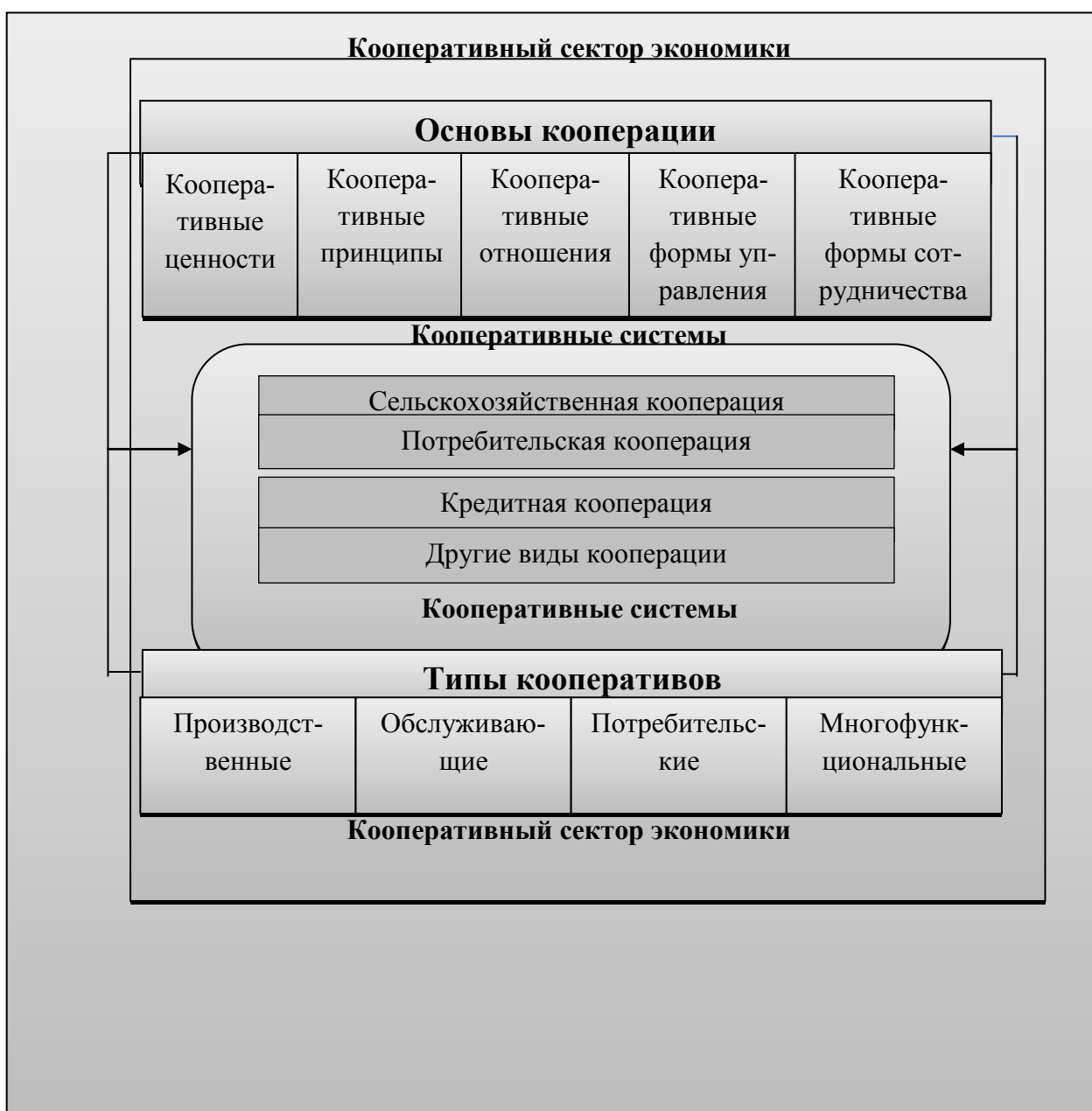


Схема 3. Структура кооперативного сектора национальной экономики

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Список литературных источников:

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

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛАРУСИ

Капштык А. И., д. э. н., проф.,

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CONTABILITATEA ANALITICĂ ȘI CONTROLUL INTERN PRIVIND CHELTUIELILE DIN COMERȚ ȘI COOPERAȚIA DE CONSUM

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

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

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

Activitățile unităților de comerț și cooperăției de consum sunt însoțite de costuri și cheltuieli. Costurile reprezintă un proces de transformare a valorilor dintr-o formă de materie primă, materiale, forță de muncă ș.a. în formă de produse finite, prestări de servicii. Cheltuielile întreprinderilor prezintă procese de utilizare a elementelor economice (materiale, forță de muncă, mijloacele fixe, obiectelor de mică valoare și altor valori de active și servicii), care fiind rezultate din activitățile de circulație a mărfurilor și produselor, influențează rezultatele financiare ale acestora. În rezultatul activității unităților de comerț și alimentație publică au loc cheltuieli ale perioadei de care depinde mărimea profitului și nivelul de rentabilitate.

În comerț componenta și conținutul cheltuielilor se determină prin procese de mișcare a mărfurilor de la vânzători până la consumatorii acestora. În unitățile de alimentație publică au loc și unele cheltuieli pentru prepararea produselor și organizarea deservirii lor în cadrul întreprinderii.

Deci cheltuielile în unitățile comerciale și de alimentație publică conform S.N.C. 2 "Stocuri de mărfuri și materiale", S.N.C. 3 "Componenta consumurilor și cheltuielilor întreprinderii" sunt divizate în cheltuieli operaționale și neoperaționale. Dacă cheltuielile neoperaționale (ale activității de investiții, financiare și pierderile excepționale), de regulă, sunt tipice, de același conținut, indiferent de sfera de activitate a întreprinderii în economia națională, atunci cele operaționale, în comerț, alimentația publică și cooperăția de consum, poartă un conținut specific, care reflectă în principal caracterul ramural de activitate.

În baza celor accentuate este necesar de studiat problema contabilității și analizei cheltuielilor în comerț și alimentația publică mai aprofundat, deoarece aplicarea S.N.C. depinde nemijlocit de particularitățile activității economice a unităților de comerț și cooperăției de consum.

Organizarea contabilității cheltuielilor urmărește scopul de a desfășura o contabilitate a cheltuielilor operaționale prin divizarea lor pe articole de evidență analitică, ceea ce este binevenit la analiză economică a acestora și adoptarea deciziilor concrete. Fiecare unitate economică are ca scop majorarea eficacității, creșterea ratei de rentabilitate pentru ce e necesar de redus cheltuielile constante și variabile, mai cu seamă cheltuielile de caracter neproductiv. De aceea, cu cât mai detaliat se reflectă în articole de evidență cheltuielile generale și administrative și mai ales cheltuielile comerciale și alte cheltuieli operaționale, cu atât mai concret și mai operativ pot fi adoptate decizii privind folosirea rezervelor de reducere a acestora aplicând analiza operativă a activității financiar-economice a unităților economice.

În unitățile de comerț, alimentație publică și cele cooperatiste apare necesitatea evidențierii unor cheltuieli generale și administrative și comerciale. De exemplu, cheltuielile de uzură, de întreținere și reparație a clădirilor și altor obiecte capitale, tehnicii de calcul care, de obicei, se referă și la cele administrative și generale și la cele comerciale, deoarece obiectele nominalizate pot fi folosite totodată în scopuri de administrare, dirijare și în scopuri comerciale.

Ținând cont de convențiile fundamentale și principiile de bază privind organizarea contabilității în conformitate cu prevederile S.N.C. 2 "Stocuri de mărfuri și materiale", S.N.C. 3 "Componența consumurilor și cheltuielilor întreprinderii", S.N.C. 18 "Venitul" ș.a., autorul propune unele metode și procedee de divizare a cheltuielilor comune (de uzură, întreținere, reparație a clădirilor altor mijloacelor fixe folosite cu destinații diferite ș.a.) care se includ în componența cheltuielilor comerciale și cheltuielilor generale și administrative.

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

Organizațiile cooperatiste desfășoară diferite tipuri de activități (comerț cu ridicata, comerț cu amănuntul, de alimentație publică, de producție, prestarea serviciilor ș.a.), ceea ce determină scopul de a obține rezultatele financiar-economice la fiecare din aceste activități prin organizarea controlului economic și asigurarea nivelului de autogestiune. Pentru aceasta contabilitatea trebuie să desfășoare reflectarea cheltuielilor comerciale și celor administrative (dacă administrația își realizează aceste funcții de dirijare) aparte la fiecare din aceste subramuri, subdiviziuni, filiale.

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

7121 "Cheltuieli comerciale în comerțul cu ridicata",

7122 "Cheltuieli comerciale în comerțul cu amănuntul",

7123 "Cheltuieli comerciale și de producție în alimentația publică etc.

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

Această evidență a cheltuielilor, divizată pe subdiviziuni și articole, va contribui la sporirea eficacității, la creșterea responsabilități personalului funcționar și luarea deciziilor în mod operativ și nemijlocit la locul evenimentelor economice.

Ținând cont de convențiile fundamentale și principiile de bază ale contabilității, precum și de cerințele politicii de contabilitate (permanența metodelor, contabilitatea pe angajamente, prudența, esențialitatea, importanța ș.a) în scopul utilizării cât mai eficiente a informației privind cheltuielile în unitățile comerciale, de alimentație publică și ale cooperației de consum se propune de desfășurat contabilitatea analitică la fiecare ramură, subramură, subdiviziune conform

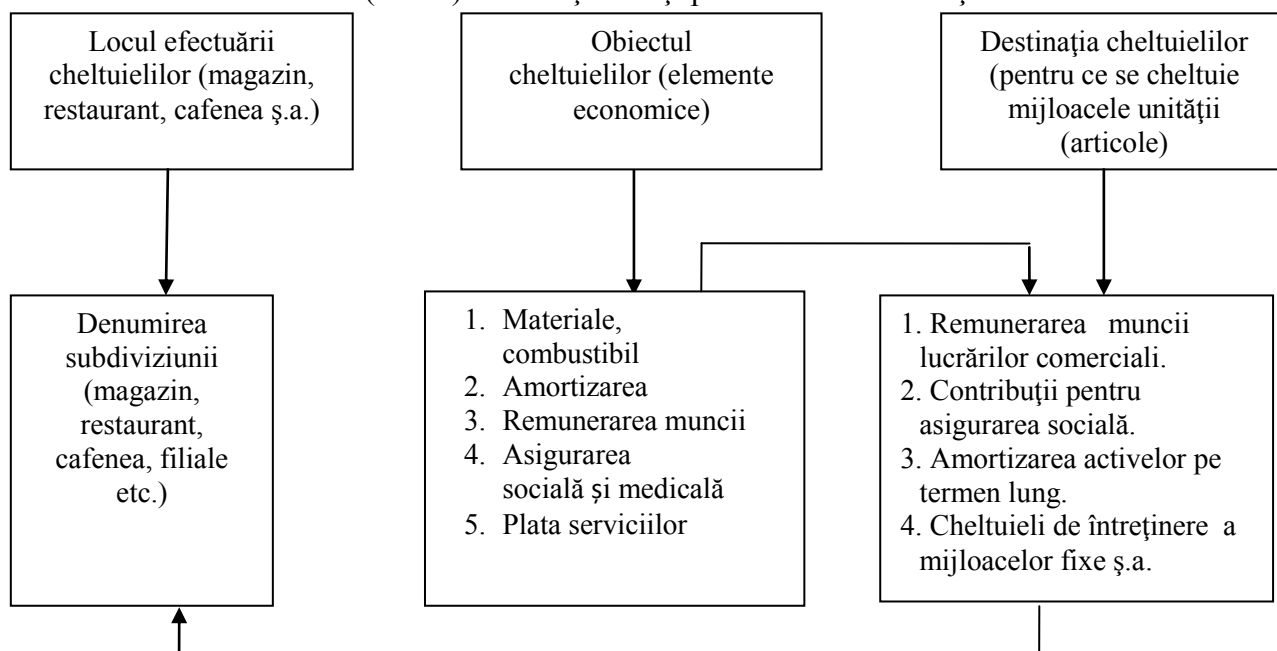
subconturilor și articolelor, care se deosebesc după caracter și conținut economic. Această informație contabilă formează un contur mai larg de studiere a factorilor prin analiza economico-financiară a datelor la diferite niveluri de conducere. Astfel, pentru organizarea evidenței și controlului cheltuielilor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

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

Cheltuielile de uzură, întreținere și reparație a mijloacelor fixe, prevăzute în S.N.C. 16 și S.N.C. 3, au fost omise din componența cont. 712 "Cheltuieli comerciale", însă ele trebuie să persiste în evidența cheltuielilor comerciale la întreprinderile de comerț și cooperativele de consum.

Lipsurile și pierderile din deteriorarea mărfurilor, cheltuielile privind împachetarea și ambalarea mărfurilor, pierderile din operațiile cu ambalajul, plățile pentru asigurarea mărfurilor în unitățile comerciale, precum și cheltuieli de arenda operațională, după opinia competitorului, trebuie să fie incluse în componența cheltuielilor comerciale și divizate în articole analitice aparte.

A. Nomenclatorii (datele) informaționali și purtătorii de informație



B. Metodologia acumulării și reflectării cheltuielilor în contabilitate

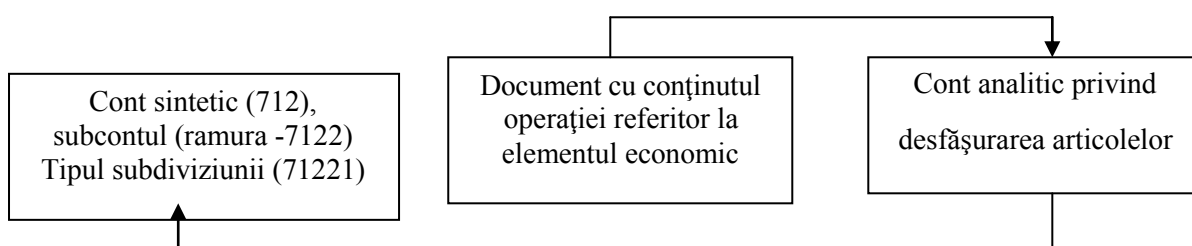


Figura 1. Schema structurală ierarhică de organizare a contabilității cheltuielilor comerciale

Folosind metoda specializării exercițiilor, e necesar de menționat că cheltuielile comerciale, administrative, alte cheltuieli operaționale, în dependență de perioade de gestiune, la care acestea se referă, pot fi reflectate în debitul sau conturilor 712 "Cheltuieli comerciale", 713 "Cheltuieli generale și administrative", 714 "Alte cheltuieli operaționale", sau conturilor 538 "Rezerve pentru cheltuieli și plăți preliminate", 251 "Cheltuieli anticipate curente", 141 "Cheltuieli anticipate pe termen lung".

De aici rezultă că corectitudinea reflectării cheltuielilor și divizarea lor corectă pe perioade curente sau anticipate depinde de procedarea corectă și disponibilitatea de cunoștințe satisfăcătoare a specialiștilor contabili.

Reieșind din componența satisfăcătoare a cheltuielilor generale și administrative prevăzute în anexa S.N.C. 3 "Componența consumurilor și cheltuielilor întreprinderii", se recomandă unităților comerciale de evidențiat contabilitatea analitică într-un nomenclator de 17 articole, ținând cont de specificul activității întreprinderilor de comerț cu ridicata, cu amănuntul, de alimentație publică și cooperăției de consum.

Ultimul articol al nomenclatorului evidenței analitice a cheltuielilor administrative conține celelalte cheltuieli după destinație de caracter mai generalizat din care: cheltuieli de cercetări tehnico - științifice (vezi S.N.C. 9), de protecție a mediului ambiant, asigurarea securității antiincendiare, procurare a licențelor de comercializare până la un an ș.a. Autorul prezentei cercetări. Reieșind din necesitatea disponibilității de surse pentru efectuarea analizei operative și ținând cont de reducerea cheltuielilor neproductive, pierderilor neplanificate, nepronozate, se propune ca contabilitatea analitică a acestora să fie desfășurată cât mai detaliat. În unele țări cu economia dezvoltată contabilitatea cheltuielilor comerciale, de dirijare și administrative se desfășoară prin nomenclator de până la 50 articole (Germania, S.U.A. ș.a.).

Organizarea contabilității cheltuielilor ale perioadei pe articole în unitățile de comerț și ale cooperăției de consum presupune în mod detaliat prezentarea unei informații mai ample privind operațiile de cheltuieli. Acest fapt se supune controlului privind realizarea devizelor, bugetelor nemijlocit pe locuri de activitatea și centre de responsabilitate prin câteva etape (Fig. 2, 3). Procesul de studiere a informației de cheltuieli de la o etapă la alta presupune un volum mai mare de date economice și o metodologie mai complexă de determinare a rezervelor de reducere a acestora.

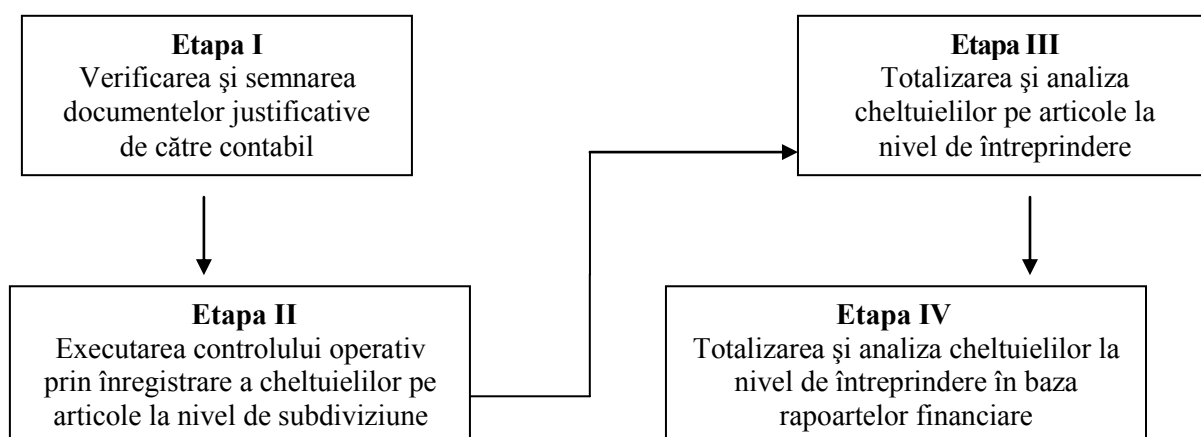


Figura 2. Organizarea controlului operativ al cheltuielilor în comerț și cooperăția de consum

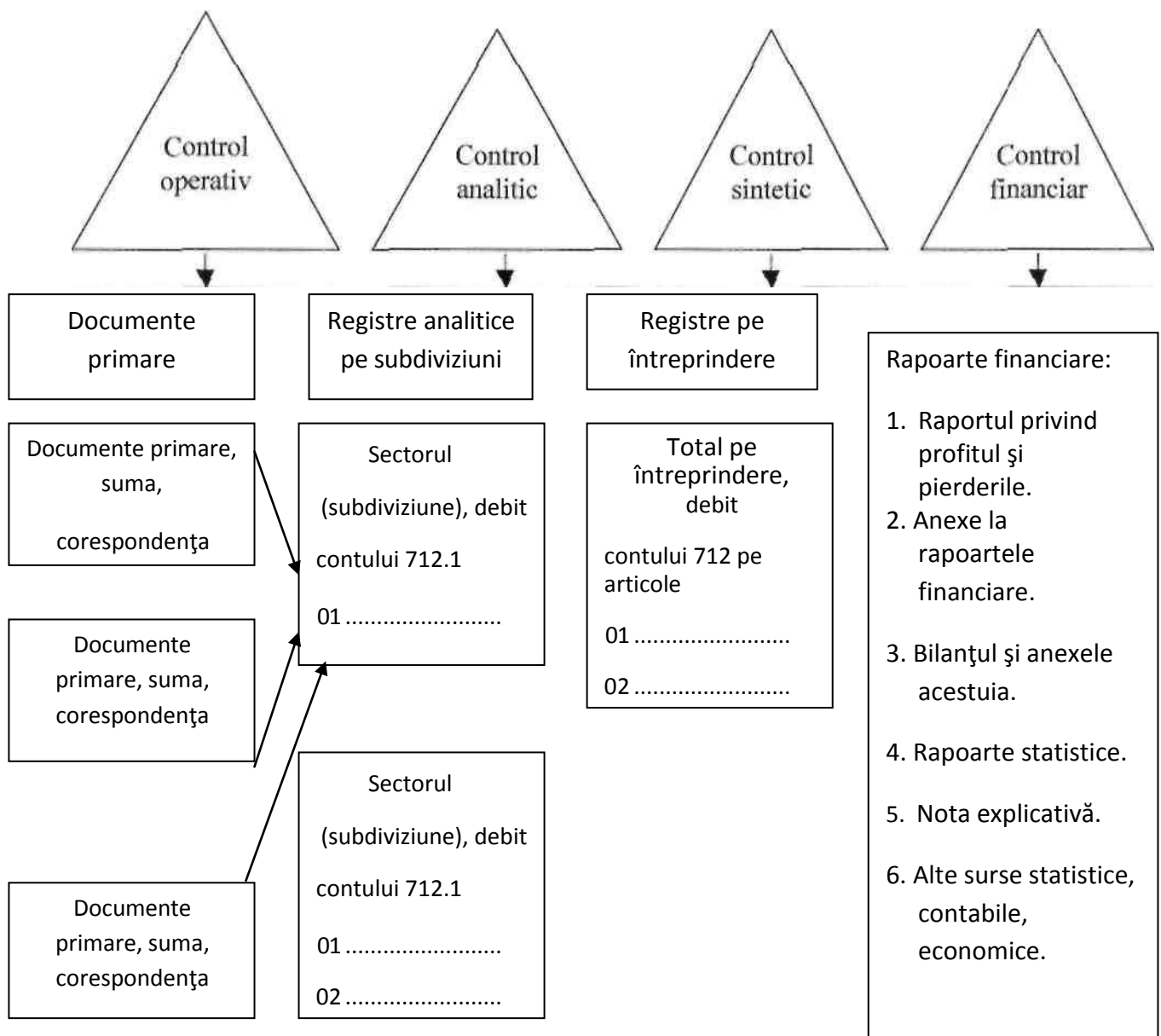


Figura 3. Organizarea controlului operativ - contabil al cheltuielilor în unitățile de comerț și alimentația publică

Rolul și funcția contabilității la orice entitate economică, organizație, instituție publică constă în prestarea informației corecte, oportune, inteligibile și credibile în scopul organizării unei audieri, unui control intern și extern pentru desfășurarea în linii progresive a activității economico-financiare eficiente.

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

Totodată, sistemul de control intern asigură respectarea strictă a integrității patrimoniului, prevenirea și descoperirea cazurilor de fraude și erori, plinătatea și exactitatea înregistrărilor contabile, precum și pregătirea informației corecte privind situația financiară.

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

În perioada sovietică la întreprinderi controlul intern, conform statutului propriu, se desfășura de comisia de revizie (cenzori). Funcția acestui organ, aprobat prin ordinul conducătorului sau ales prin adunarea asociațiilor, acționarilor (fondatorilor), se realiza printr-un plan de inventariere a bunurilor și verificarea decontărilor, efectuarea controalelor respectării disciplinei și productivității muncii, calității produselor fabricate, nivelului de utilizare a utilajului, tehnicii, respectarea normelor de consumuri și capacității producției la fiecare secție, subdiviziune și, în general, la întreprindere.

Această formă de control prin comisiile de revizie (cenzori) s-a păstrat conform statutelor în cooperativele de consum și uniunile raionale ale cooperației de consum și până în prezent. Mai mult ca atât, legile societății pe acțiuni (S.A.) și societății cu răspundere limitată (S.R.L.) prevăd alegerea și funcționarea acestor comisii cu funcții de control intern, care în ultima Lege a Contabilității nu este prevăzut.

Apare situația problematică referitor la forma, funcția și structura organizatorică a controlului intern, conținutul juridic, subordonarea, modul de raportare a acestuia.

Credem că funcția de control intern trebuie să fie îndeplinită de un organ numit prin ordinul conducerii cu includerea în componența acestuia a specialiștilor din diferite domenii de activitate (contabili, economiști, finanțiști, merceologi, manageri, ingineri, marketologi etc.)

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

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

**Componența informației privind activitatea economico-financiară
utilizată în procesul de realizare a controlului intern**

Sistemul informațional contabil	Sistemul informațional operativ de la diferite sectoare: finanțare, planificare, normare, remunerarea personalului ș.a.	Sistemul informațional de marketing, prețuri, tarife, contracte de achiziție-vânzare etc.	Sistemul informațional cu caracter tehnico-tehnologic, capacitate de producție, investiții capitale etc.
---------------------------------	---	---	--

Figura 4. Sursele informaționale supuse controlului intern în cadrul entității

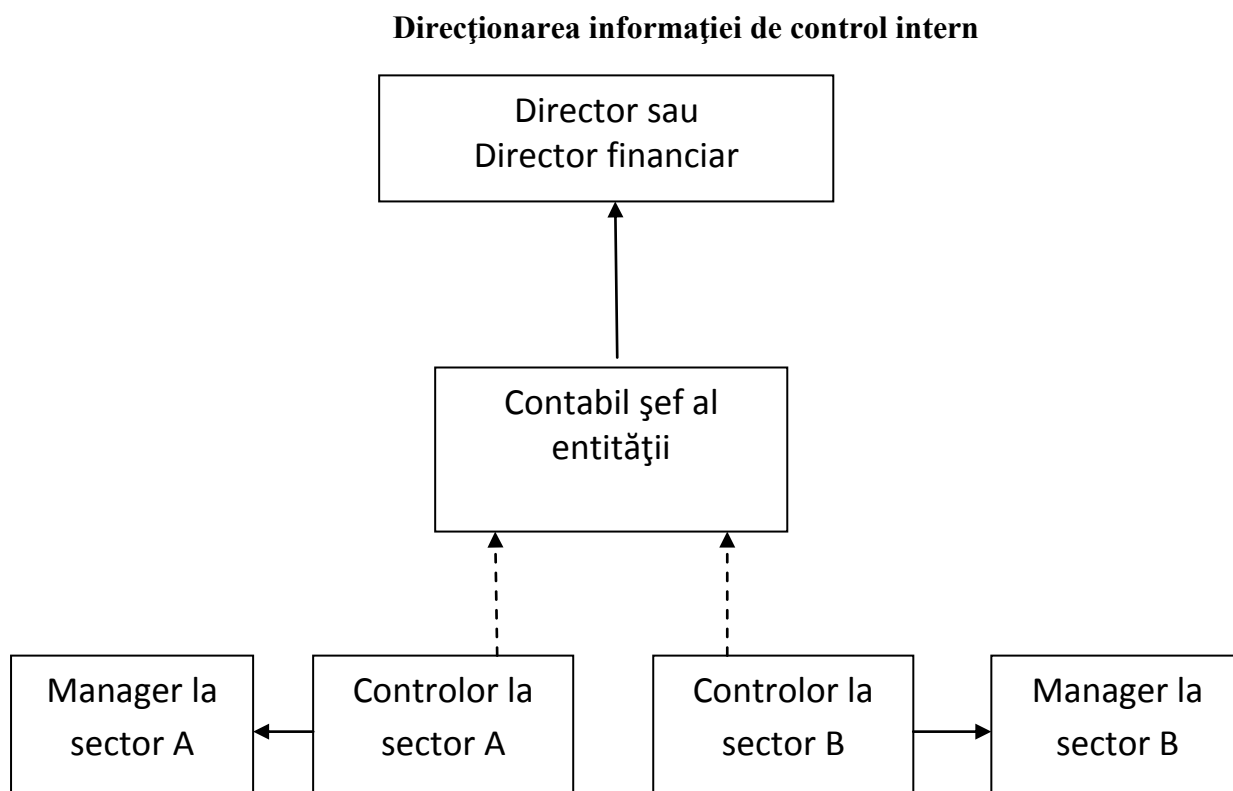
Prima și cea mai voluminoasă sursă de informație care este supusă controlului intern reprezintă sistemul contabil. Prelucrarea informației economico-financiare prin ținerea evidenței contabile de fiecare funcționar începe obținerea și verificarea datelor din documente primare și mai apoi trecerea la analiza și sintetizarea informației în registre și rapoarte financiare. Prin tehnologia contabilă toată informația prelucrată este supusă ochiului și creierului specialistului de

contabilitate, care îndeplinește și funcția de control. Prin sistemul contabil entitatea este obligată să respecte convențiile și principiile contabilității prevăzute de legea și standardele contabilității, codul fiscal și alte acte legislative și normative ale Republicii Moldova. Politica de contabilitate și totalitatea informației economico-financiare din Situații financiare, precum și notele explicative reprezintă o sursă semnificativă pentru controlul respectării cerințelor legislative și normative în vigoare.

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

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

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



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

Figura 5. Subordonarea și direcționarea informației de control intern

Însă, pot fi cazuri când controlorii vor prezenta informația rezultatelor de control direct șefului secției (subdiviziunii) și nu prin managerii sectoarelor. Principalul constă în faptul că mai operativ să fie luate decizii privind înlăturarea neajunsurilor, corectarea greșelilor și a altor abateri de la normă, standard.

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

Elementele și indicatorii supuși controlului în sistemul dat pot fi:

- conținutul economic și juridic al documentelor primare;
- disponibilitatea și utilizarea mijloacelor bănești;
- calcularea indicatorilor și înregistrarea acestora în registre analitice și sintetice;
- respectarea normelor de costuri și cheltuieli de perioadă, corectitudinea determinării producției în curs de execuție și costurilor unitare a produselor fabricate;
- evidențierea responsabilității privind formarea și direcționarea costurilor și cheltuielilor la locurile (centrele) de apariție a acestora;
- prognozarea (planificarea) și bugetarea proceselor de achiziție, producție, repartizare și vânzare a stocurilor de mărfuri, materiale și produse finite (prestarea serviciilor);
- contabilitatea decontărilor cu creanțe, datorii și verificarea realității acestora;
- evidențierea stocurilor și controlul păstrării acestora de gestionari, precum și reflectarea rezultatelor inventării;
- elaborarea politicilor contabile privind respectarea prevederilor SNC și IFRS, legislației și altor norme de contabilitate și fiscalitate;
- prezentarea situațiilor financiare și analiza conținutului acestora pentru stabilirea rezervelor de îmbunătățire a stării economico-financiare a entității ș.a.

Cât privește alte surse informaționale pentru organizarea controlului intern acestea pot fi următoarele:

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

Prin activitatea executorilor organului de control intern se poate dobândi informația necesară din diferite sectoare și funcții ale managementului entității, începând cu procesul de inițiere și elaborare a business planului și finisând cu estimarea, luarea deciziilor, regularizarea și desfășurarea activității de perspectivă.

Această informație funcțională este bine oglindită în Figura 6.

Locul contabilității și controlului în sistemul de dirijare (de management) al entității

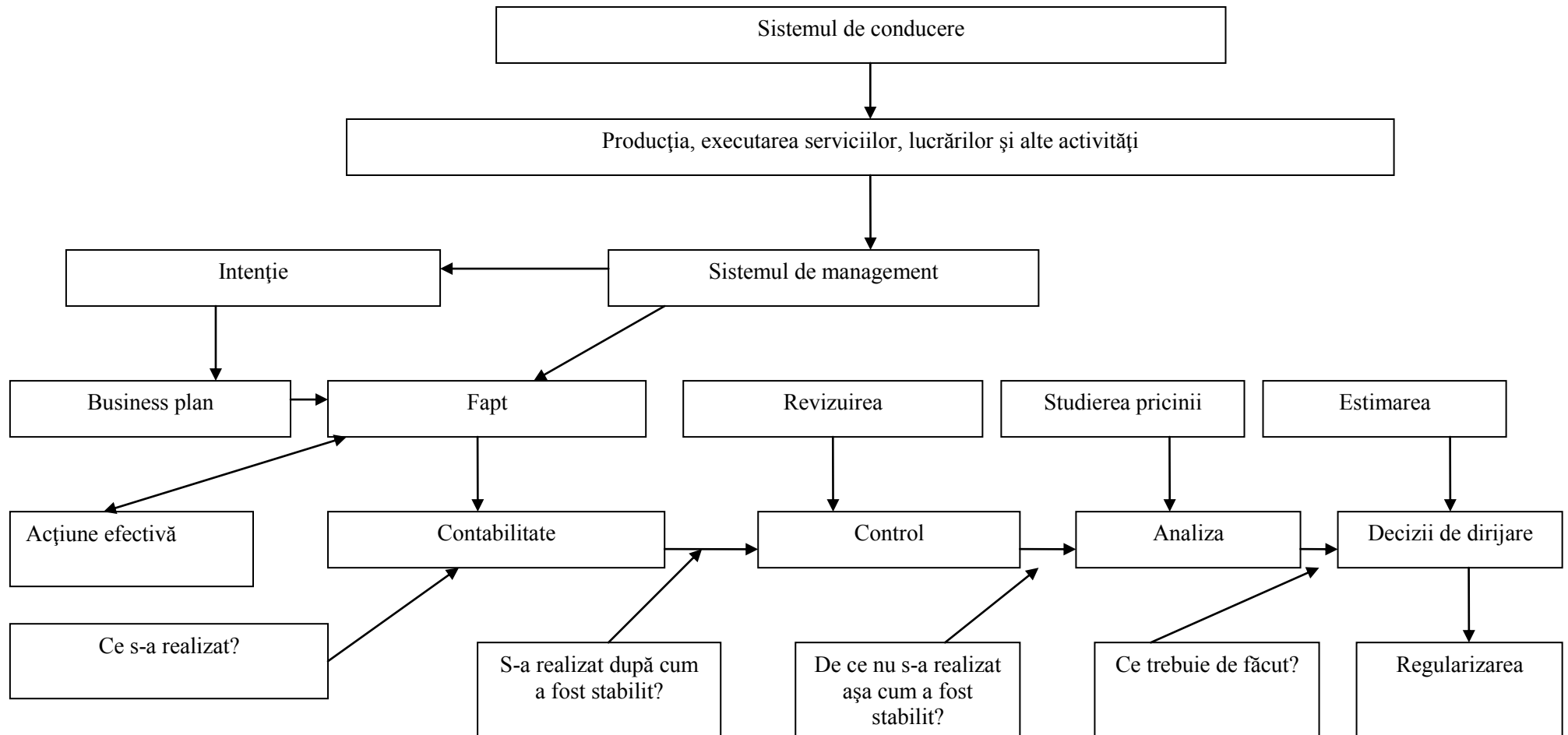


Figura 6. Funcțiile de control intern în sistemul de management

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

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

Bibliografie:

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

ASPECTE ALE EVOLUȚIEI ACTIVITĂȚII DE ACHIZIȚIONARE – PROCESARE ÎN COOPERAȚIA DE CONSUM A REPUBLICII MOLDOVA

Melinte Claudia, dr., conf. univ.,

Graur Elena, dr., conf. univ.,

Cosnicean Irina, dr., conf. univ.,

Smolevscaia Mariana, asist. univ.,

Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

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

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

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

În literatura de specialitate, cât și în practica economică pentru a defini activitatea de achiziții sunt utilizați termeni ca: achiziționare, asigurare, aprovizionare, cumpărare etc.

- „achiziționarea“ - acțiune de angajament financiar „de cumpărare“ a unor resurse materiale sau produse, fiind, de fapt, o tranzacție monetară efectivă;
- „aprovizionarea“ - în raport cu achiziționarea are un conținut mai larg. Achiziționarea este doar un moment al procesului complex de aprovizionare cu materiale și echipamente tehnice, fiind precedată de stabilirea necesarului, dimensiunii și momentului de cumpărare, când intervine cererea sau comanda, urmate de negocierea condițiilor de furnizare, finalizată cu procurarea și depozitarea efectivă a resurselor materiale. „Asigurarea materială și cu echipamente tehnice“ se apreciază ca termen similar noțiunii de „aprovizionare“. În practica economică de specialitate asigurarea capătă o accepțiune mai extinsă, aceasta incluzând atât aprovizionarea, cât și acțiunea de completare a bazei materiale și tehnice necesare cu resurse din surse proprii (interne) ale întreprinderii.

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

În sistemul Cooperăției de Consum al Republicii Moldova achizițiile de produse agricole și materii prime istoricește ocupă un loc aparte, asigurând fluxul de materie primă pentru întreprinderile producătoare din sistem, formarea sortimentului necesar de mărfuri în rețeaua comerțului cu amănuntul și în întreprinderile alimentației publice. Prin sistemul de achiziții Cooperăția de Consum creează posibilități de acumulare a resurselor de mărfuri pentru realizarea exporturilor și acumularea resurselor financiare necesare pentru dezvoltarea sistemului.

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

Cercetările efectuate de noi permit să susținem că obiectivele activității de achiziții ar trebui să fie orientate în asigurarea completă și complexă a activității economice cu resurse adecvate, calitativ și cantitativ, în timp și spațiu și cu costuri minime. Aplicarea Supply Chain Management în sistemul cooperăției naționale ar permite reunirea în lanț a activităților de achiziții, producere, alimentație publică, desfacere, având efect cumulativ înalt. Considerăm oportună crearea unei structuri comune manageriale, care ar coordona fluxurile de resurse între elementele componente ale sistemului – întreprinderile și organizațiile cooperatiste din ramurile respective.

În diagrama de mai jos am prezentat evoluția comparativă a volumului de achiziții (anii 1997-2012), producere (anii 1997-2012) și exporturi (anii 2010-2012) în sistemul Cooperăției de Consum al Republicii Moldova.

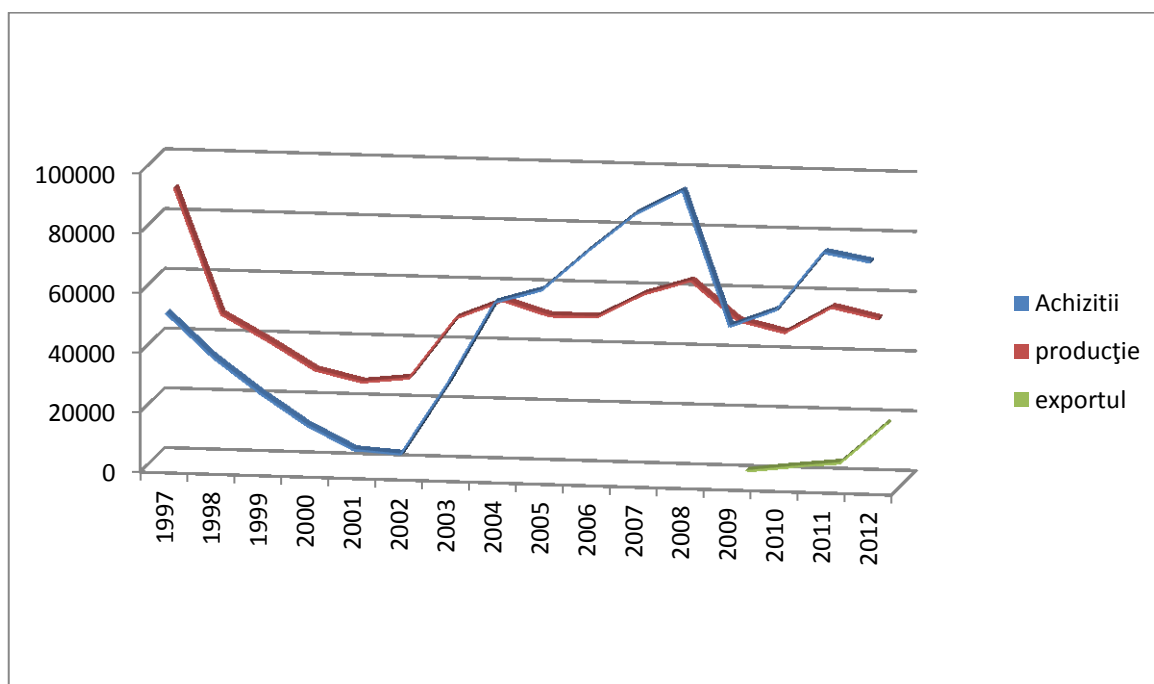


Figura 1. Evoluția comparativă a volumului de achiziții (anii 1997-2012), producere (anii 1997-2012) și exporturi (anii 2010-2012) în sistemul Cooperăției de Consum al Republicii Moldova

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

Criza economică și-a pus amprenta asupra evoluției volumului de achiziții, astfel încât în anul 2009 s-a produs o descreștere considerabilă, volumul achizițiilor coborându-se până la circa

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

Totuși, evoluția volumului de achiziții în etapa ulterioară demonstrează o lentă ascensiune, care se menține timp de doi ani (2010-2011) și ajunge la nivelul de circa 80 mln lei. Cu toate acestea, în 2011 nu se reușește alinierea la parametrii anului 2008 (în anul 2011 volumul achizițiilor constituia 81% raportat către volumul achizițiilor anului 2008). Mai mult decât atât, această tendință de creștere nu s-a menținut, pentru ca deja către anul 2012 din nou să se manifeste o scădere a volumului de achiziții cu 3,5% față de anul 2011. Pentru anul 2012 se atestă un volum de achiziții de 76,8 mln lei.

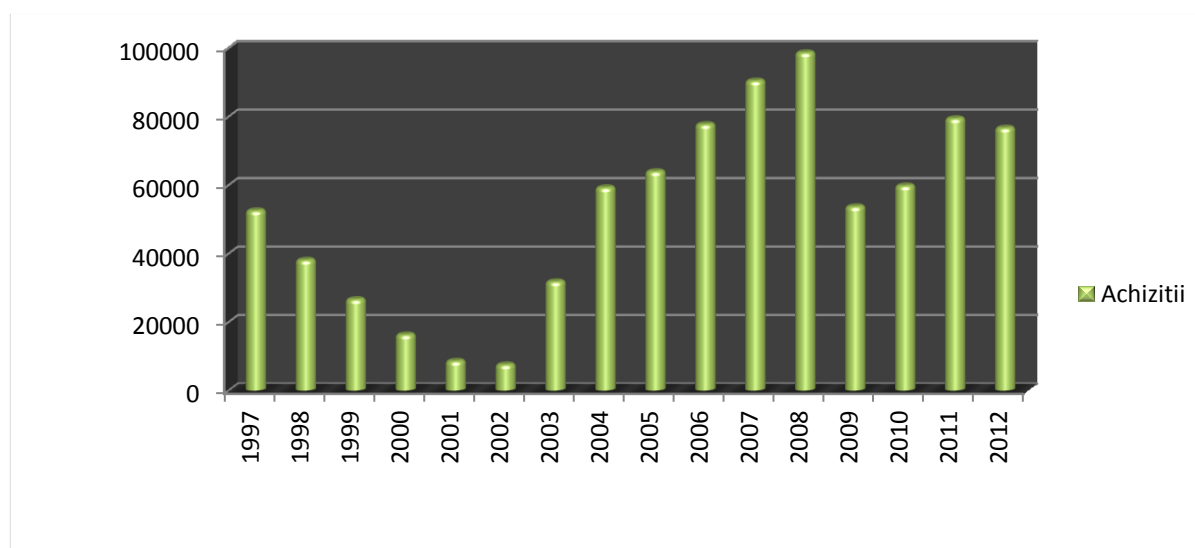


Figura 2. Evoluția volumului de achiziții în sistemul cooperăției de consum al Republicii Moldova (anii 1997-2012).

După părerea noastră o importanță deosebită pentru dezvoltarea activității de achiziții, pentru asigurarea debușeelor și siguranța relațiilor furnizor-client o deține activitatea de producție-procesare, caracteristică sistemului Cooperăției de Consum din Republica Moldova. Tradițional sectorul cooperatist de producție se ocupă cu prelucrarea produselor agricole, achiziționate de la populație, inclusiv prelucrarea fructelor, legumelor și cărnii, o atenție deosebită fiind acordată fabricării pâinii și produselor de panificație, care au devenit un domeniu preponderent cooperatist.

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

Pornind de la ipoteza necesității imperative a creării unui sistem unic, am analizat și exporturile realizate în sistemul cooperatist al Republicii Moldova. Datele, de care am dispus pentru studiu, s-au limitat la ultimii trei ani (2010-2012), dar și această perioadă scurtă ne-a permis să concluzionăm asupra interferențelor benefice dintre cele patru activități cooperatiste (achiziții – producere – desfacere, exporturi). Principalele poziții de export ale cooperăției din Republica

Moldova sunt produsele agricole, în special, miezul de nucă, mierea de albine, nuci în coajă, semințe de dovleac etc. Dinamica ultimilor trei ani ne permite să afirmăm existența unei tendințe de creștere la acest compartiment (vezi diagrama nr. 1), efect care poate fi susținut prin sinergia activităților cooperatiste din domeniile achiziții – producere - desfacere, exporturi.

Activitatea de desfacere (vânzările cu amănuntul și cele cu ridicata) nu le analizăm în cadrul acestui articol, luând în considerație o relativă independență a rezultatelor înregistrate în aceste domenii de cele din achiziții și producere. Totuși, după părerea noastră, efectul sinergic se poate amplifica în cazul implicării lanțului de desfacere cooperatist într-un **sistem integrat achiziționare – procesare – desfacere**.

Evoluția volumului de achiziții pe parcursul ultimilor decenii în sistemul cooperației de consum poartă un caracter neuniform și instabil atât la mijlocul anilor 90 a secolului trecut, când achizițiile practic erau la limita dispariției din activitățile economice ale sistemului cooperatist din Republica Moldova, cât și în perioadele posterioare – anii 2002 și 2009, când achizițiile au înregistrat scăderi importante ale volumelor procesate. Această instabilitate a rezultatelor impune necesitatea abordării achizițiilor într-o rețea unică cu activitățile de procesare și desfacere, creând un **sistem achiziționare – procesare – desfacere**, ceea ce le-ar conferi achizițiilor un caracter mai stabil a evoluțiilor, întrucât activitățile de achiziționate vor deveni parte ingrată a unui sistem logistic comun și unic, ce ar asigura stabilitatea dezvoltării acestora.

Bibliografie:

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

Lucrarea de față reprezintă unele rezultate ale cercetărilor ce se desfășoară în cadrul proiectului instituțional de cercetare științifică fundamentală și aplicativă „Fundamentarea modernizării comerțului și cooperației de consum din perspectiva implicațiilor acestora asupra dezvoltării social-economice durabile și protecției consumatorilor” (cifra proiectului 11.817.08.85A).

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

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

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

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

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

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

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

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

- отсутствие оптимальных потоков внутренней и внешней информации, что приводит к деформации структуры по видам и пользователям;
- качество автоматизации учетно-аналитического и управленческого процессов, что снижает скорость обработки и интерпретации;
- наличие ошибок при сборе данных из-за недостаточной компетентности лиц, собирающих информацию, незаинтересованность руководителей центров ответственности в содействии созданию качественной обратной связи;
- отсутствие контроля руководителей за организацией системы создания информации на предприятии;
- неумение генерировать и распространять релевантную информацию в соответствии с должностными обязанностями;
- дефицит времени и отсутствие желания руководителей оценивать полученную информацию о состоянии развития управляемой ими системы;
- недооценка роли сигнальной информации (анализ по отклонениям с выделением существенных);
- ограничение возможности участия в принятии решений низшего звена управления;
- финансовая несостоятельность и, как результат, недостаточность инвестирования в совершенствование системы внутренней отчетности;
- невысокая культура профессионального общения из-за разной квалификации, кругозора, опыта, личностных характеристик участников процесса использования всех видов ресурсов и управления им.

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

Приоритетными принципами управленческого учета должны быть:

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

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

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

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

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

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

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

- конфиденциальность, что означает ограничение доступа к соответствующей информации;

- ответственность за созданную информацию;

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

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

Литература:

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

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЛИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Карцева В.В., к.э.н., доц.,

Полтавский университет экономики и торговли, Украина

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

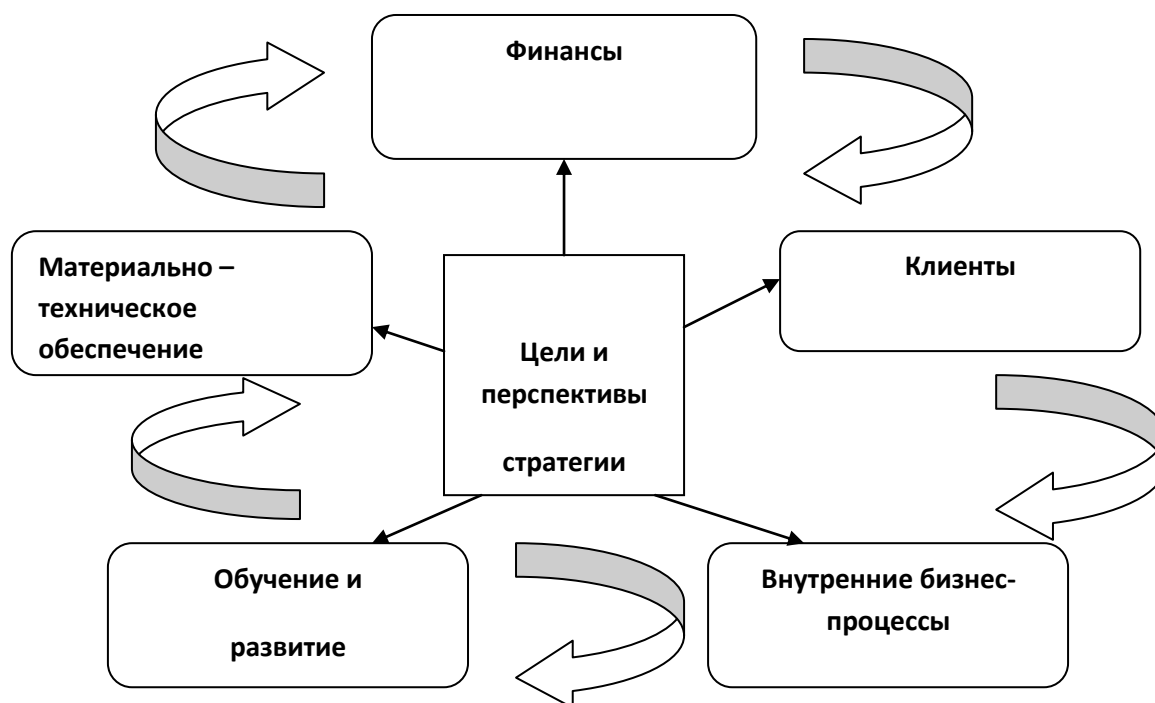


Рис. 2. Модель системы сбалансированных показателей для предприятий потребительской кооперации

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

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

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

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

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

Литература:

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

REGLEMENTAREA COOPERĂRII INTERNAȚIONALE FINANCIARE NEINSTITUȚIONALIZATE

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

The article is itself a study that confirms that the regulation of international financial cooperation shall be based on the broad spectrum of bilateral and multilateral international treaties (agreements, memorandums) concluded by the Government of Moldova and Governments of third countries, having as object the consecration of partnered relationships, financial, banking, foreign investment, tax, financial and fiscal crime prevention etc.

At the same time are examples of when specific financial agreements take the form of bilateral investment agreements and presents differences in shape, but demonstrates a marked analogy content.

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

Cooperarea internațională financiară neinstituționalizată prezintă un domeniu distinct al relațiilor de cooperare de specialitate financiară *ad integrum*, presupunând raporturi de mutualitate întreținute între state în calitatea lor de subiecți plenipotențari ai relațiilor internaționale prin intermediul structurilor oficiale (guvernelor), îmbrăcînd forma unei cooperări bilaterale și multilaterale.

Remarcăm că esența cooperării financiare neinstituționalizate este detaliată de noi în cadrul cercetării și definitivării conceptului de cooperare financiară interstatală, relativ la reflecțiile normative și doctrinare privind cooperarea financiară, în special ne vom referi la acordurile bilaterale încheiate de RM cu alte state în sfera finanțelor internaționale, precum și cele adiacente finanțelor (fiscale de exemplu).

Specificăm că cooperarea financiară neinstituționalizată este guvernată de acordurile de reciprocitate încheiate între RM și statele terțe, îndeosebi, în vederea promovării și protejării investițiilor, în perioada recentă interesul de a proteja investițiile și dezvolta segmentul investițional, capătînd o importanță de esențialitate în cadrul relațiilor de cooperare interguvernamentală.

Profesoara **V. Arhiliuc** subliniază că relațiile investiționale interstatale se reglementează, de cele mai dese ori, de tratatele bilaterale, care pot avea denumiri diferite: tratate, convenții sau acorduri pentru promovarea, protecția și garantarea reciprocă a investițiilor ș.a. [1, p.7].

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

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

Astfel, în urma analizei unei multitudini existente de **acorduri încheiate de RM și alte state, privind domeniul investițiilor, susținem că ele includ următoarele părți constitutive:**

1. Preambul – aici se specifică denumirea Înaltelor părți contractante, scopul și obiectivele generale ale acordului semnat.

Acordul între Guvernul RM și Guvernul Republicii Azerbaidjan cu privire la promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 27 noiembrie 1997 stipulează în preambul că „Părțile contractante, dorind să intensifice colaborarea economică de lungă durată, intenționând să creeze și să mențină condițiile favorabile pentru investițiile investitorilor unui stat pe teritoriul celuilalt stat, vor stimula inițiativă constructivă în acest domeniu” [2].

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

Acordul între RM și Confederația Elvețiană privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 30 noiembrie 1995 în art. 1 conține un șir de definiții ale termenilor și noțiunilor în sensul nemijlocit al tratatului. Spre exemplu, prin *investitor* se desemnează: persoanele fizice, care, conform legislației părții contractante, sunt considerate cetățeni, entitățile juridice, inclusiv societățile, societățile înregistrate, societățile de persoane sau alte organizații care sunt constituite sau organizate în oricare altă manieră, în conformitate cu legislația părții contractante, care au sediul și activitățile reale pe teritoriul acestei părții contractante [3].

Acordul privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor între RM și Regatul Spaniei din 11 mai 2006 în art. 1 prescrie că *investiție* înseamnă orice gen de patrimoniu investit de către investitorii unei părți contractante pe teritoriul celeilalte părți, în conformitate cu legile și reglementările celei din urmă și în particular, dar nu exclusiv investiția include: proprietate mobilă și imobiliară, alte drepturi de proprietate ca ipotecă, gajuri, angajamente și drepturi similare; întreprindere sau cote – părți, acțiuni și obligațiuni sau alte forme de participare într-o întreprindere; creanțe monetare, orice alte creanțe și drepturi în bază de contract cu valoare economică; drepturi de angajare în activități economice și comerciale, inclusiv concesiuni [4].

3. Tratatamentul investițiilor – se are în vedere gradul de protecție acordat investițiilor în cadrul relațiilor de parteneriat și cooperare financiară între statele contractante, cu stipularea prohibiției unei discriminări neconforme a investițiilor străine în raport cu cele interne sau alte investiții străine.

Acordul între Guvernul RM și Uniunea economică belgo – luxemburgheză privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 21 mai 1996 în art. 2 stabilește că fiecare parte va încuraja pe teritoriul său investițiile altor părți, în particular prin autorizarea încheierii și executării contractelor de licențiere și acordare a asistenței comerciale, administrative sau tehnice legate de investiții. În art. 3 se consacră regula tratamentului nediscriminatoriu, ansamblul de investiții directe și indirecte efectuate de investitorii unei părți contractante, se bucură pe teritoriul altor părți de un tratament just și echitabil [5].

Art. III al *Acordului între Guvernul RM și Guvernul României privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor* din 14 august 1992 include clauza națiunii celei mai favorizate, stipulând că fiecare parte contractantă va acorda investițiilor efectuate în teritoriul său, activităților conexe și veniturilor acumulate de către investitorii celeilalte părți un tratament nu mai puțin favorabil decât cel pe care îl acordă în situații similare propriilor investitori sau investitorilor oricărui stat terț [6].

4. Exproprierea, confiscarea și compensarea bunurilor investiționale – tratatele de cooperare financiară conțin prevederi distincte privind protecția fondurilor și resurselor străine împotriva unor măsuri de expropriere, naționalizare și confiscare nelegitime, injuste și discriminatorii la nivel intern al statelor contractante.

Acordul între RM și Republica Polonia privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 15 noiembrie 1994 în art. 6, denumit „Confiscarea și compensarea”, prevede că nicio parte nu va întreprinde direct sau indirect acțiuni pentru confiscarea, naționalizarea sau alte acțiuni cu caracter analogic sau consecințe identice privind investițiile care aparțin investitorilor celuilalt stat, cu excepția cazurilor când asemenea măsuri se întreprind în interese publice, nu sunt discriminatorii, se efectuează în mod legal stabilit și sunt urmate de despăgubiri efective și juste [7]. Art. 5 al. 3 al *Acordului între Guvernul RM și Guvernul Republicii Franceze privind încurajarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 8 septembrie 1997* stabilește cu referire la pierderi investiționale în baza de riscuri politice că „cetățenii sau societățile unei părți contractante, ale căror investiții vor avea de suferit pierderi în urma unui război sau oricare alt conflict armat, revoluții, stări de urgență națională, revolte survenite pe teritoriul sau în spațiul maritim al celeilalte părți, vor beneficia din partea acesteia de un tratament nu mai puțin favorabil decât cel acordat propriilor cetățeni sau societăți, precum și națiunii celei mai favorizate” [8].

5. Libertatea transferului și repatrierii investițiilor – tratatele financiare încheiate de o manieră imperativă includ prevederi relative la asigurarea libertății transferurilor și repatrierii fondurilor investite sau virate, precum și dobânzilor, spezelor și remunerațiilor aferente activității de investire din teritoriile unde proiectele investiționale au derulat sau derulează în afara oricărei imixtiuni și destimulări neconforme.

Acordul între Guvernul RM și Guvernul Republicii Bulgaria privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 17 aprilie 1996 în art. 6 stipulează că statele contractante, pe teritoriile și în spațiul maritim al cărora au fost efectuate investiții de către cetățenii și/sau societății altei părți, după îndeplinirea cuantumului de obligațiuni fiscale, acordă acestor categorii de investitori transferul liber al sumelor investite inițiale și suplimentare, veniturilor în urma investirii, sumelor rezultate din lichidarea totală sau parțială a investițiilor, sumelor necesare pentru achitarea cheltuielilor legate de investiții, compensațiilor de expropriere și naționalizare, salariilor și onorariilor primite de cetățenii unei părți în legătură cu activitatea de investiție desfășurată pe teritoriul celeilalte părți [9].

Art. 5 al *Acordului între Guvernul RM și Guvernul Republicii Populare Chineze cu privire la stimularea și protejarea reciprocă a investițiilor de capital* din 6 noiembrie 1992 prevede suplimentar la tipurile de fonduri transferabile indicate în Acordul cu Bulgaria, fondurile financiare de profit, dividende, dobânzi, redevențe, plăți pentru management și asistență tehnică [10].

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

Acordul între Guvernul RM și Guvernul Republicii Slovenia privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 10 aprilie 2003 în art. 8 stipulează că, dacă o parte contractantă sau organizație împuternicită efectuează plată în bază de compensare, garanție sau contract de asigurare acordat investitorului pe teritoriul altei părți, aceasta din urmă va recunoaște transmiterea asupra primei părți sau a instituției împuternicite cuantumului drepturilor și pretențiilor investitorului [11].

Acordul între Guvernul RM și Guvernul Republicii Kîrgîze cu privire la promovarea și protecția reciprocă a investițiilor din 7 noiembrie 2002 în art. 7 prescrie obligația părților contractante să recunoască transmiterea drepturilor și pretențiilor investitorului către altă parte

dacă această parte sau mediatorul desemnat de ea efectuează plăți propriilor investitori în baza unei garanții acordate pentru investițiile pe teritoriul altei părți [12].

7. Soluționarea diferendelor dintre o parte și investitorii altei părți – actele internaționale de o manieră minuțioasă stabilesc procedura și condițiile rezolvării pe cale pașnică a diferendelor investiționale, izvorâte în urma implementării nemijlocite a acordurilor bilaterale și multilaterale. *Acordul între Guvernul RM și Consiliul de Miniștri al Republicii Albania privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor* din 11 iunie 2004 în art. 9 descrie procedura soluționării diferendelor între stat și investitori străini ale celuilalt stat. Astfel, diferendele urmează a fi rezolvate pe cale amiabilă, în cazul imposibilității găsirii unei soluții adecvate pe cale amiabilă timp de șase luni, investitorul este în drept să supună diferendul unei curți competente din statul unde au fost efectuate investițiile sau instanței de arbitraj internațional. Cu referire la arbitraj, investitorul poate supune diferendul spre soluționare Centrului Internațional pentru Reglementarea Diferendelor relative la Investiții (CIRDI) și tribunalului arbitral *ad-hoc*, constituit în baza Regulilor privind Soluționarea litigiilor ale Comisiei Națiunilor Unite pentru Drept Comercial Internațional (UNCITRAL) [13].

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

8. Soluționarea diferendelor între Înaltele părți contractante – tratatele din domeniul financiar conțin clauze separate privind diferendele interstatuale, izvorâte din interpretare și aplicare conflictuale ale tratatului *ad integrum* sau a unor stipulații din tratat în particular.

Acordul între RM și statul Kuwait privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 29 martie 2002 prevede în art. 10 procedura specială în cazul constatării diferendelor între statele semnatare. În această ordine, orice diferend privitor la interpretarea și aplicarea Acordului va fi susceptibil unei soluționări amiabile între state prin intermediul canalelor diplomatice, în măsura posibilității și oportunității. Altfel, în cazul imposibilității găsirii unei soluții acceptabile pentru ambele părți, diferendul va fi conferit spre soluționare unui tribunal arbitrar *ad-hoc* conform unei proceduri speciale [15].

Juristul rus **N. Slyusari** consideră că regimurile juridice contemporane de soluționare a diferendelor sunt multiple, statele fiind responsabile de alegerea unor mecanisme pe care le consideră corespunzătoare în raport cu o situație concretă. Actualmente, fiind considerate prioritare organizațiile internaționale regionale chemate să soluționeze pașnic diferendele, [16, p. 40].

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

9. Dispozițiile finale privind aplicarea, intrarea în vigoare și termenul tratatului – actele internaționale includ clauze finale relative la validarea și aplicarea textului tratatului, inclusiv răsfrângerea acestuia asupra relațiilor financiare deja în derulare.

Acordul între Guvernul RM și Guvernul Republicii Austria privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 5 iunie 2001 statutează în art. 11 asupra aplicabilității

actului semnat investițiilor efectuate de investitorii unei părți contractante pe teritoriul celeilalte părți chiar și înaintea de intrare în vigoare a Acordului [18].

Acordul între RM și Republica Croația privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 5 decembrie 2001 stabilește în art. 14 că tratatul este încheiat pentru un termen de zece ani cu prelungire automată pentru termene consecutive de zece ani cu excepția notificării prealabile prin canale diplomatice cel puțin cu un an înainte de expirarea perioadei curente, a intenției unei părți de denunțare a Acordului [19].

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

Deși o asemenea prezentare structurată a tratatelor financiare investiționale nu este una categorică, respectiv, și clauzele de conținut nu sunt imperativ identice sau omogene, analiza faptică a convențiilor și acordurilor încheiate de RM cu alte state – parteneri ale circuitului financiar, investițional și monetar, demonstrează tendințele în ascensiune de acoperire, prin intermediul conținutului tratatului, a unei game largi prestabilite de chestiuni de esențialitate în vederea dezvoltării normale a relațiilor de cooperare.

A. Burian și alții subliniază că acordurile investiționale stabilesc principii juridice fundamentale, destinate consolidării relațiilor comerciale între RM și țările – părți la extinderea dezvoltării și colaborării comerciale și economice, la încurajarea și crearea condițiilor favorabile pentru investițiile persoanelor fizice și juridice ale unei țări pe teritoriul altei. În conformitate cu prevederile acordurilor, părțile contractante își asumă obligația să asigure administrarea, menținerea, utilizarea, deținerea sau repartitia pe teritoriul lor a investițiilor altei părți contractante, să se abțină de la toate măsurile discriminatorii sau nefondate, să acorde investițiilor regimul național sau al națiunii celei mai favorizate, să asigure investitorilor transferul, fără nici o restricție a investițiilor în valută convertibilă [20, p. 469, 470].

Detășindu-ne de la reglementările neinstituționalizate ale cooperării internaționale de specific investițional, subliniem că colaborarea financiară își găsește consacrare și în alte acte bilaterale cu caracter de generalitate (tratate de prietenie și cooperare) sau specialitate (memorandumuri de înțelegere și acorduri pe segmente de economie).

În această ordine de idei, nominalizăm *Tratatul de înțelegere, prietenie și cooperare între RM și Republica Franceză* din 29 ianuarie 1993 [21], care în mod expres statutează asupra cooperării interstatale în toate domeniile, precum relațiile politice, economice și culturale spre promovarea valorilor democratice în spațiul Europei (art. 2). Art. 9 al Tratatului prevede că RM și Franța se angajează să creeze un climat favorabil aprofundării cooperării economice, în acest scop constituind o Comisie interguvernamentală mixtă de cooperare economică, industrială și financiară. De asemenea, fiecare parte va depune eforturi privind încurajarea investițiilor directe pe teritoriul celeilalte părți, statele semnatare având relații de cooperare în cadrul instituțiilor economice și financiare internaționale, precum Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare, Banca Mondială și Fondul Monetar Internațional.

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

acestea fiind: industria, agro – industria, sfera serviciilor, tehnologiile informaționale, infrastructura, cercetările și inovațiile, economisirea energiei, turismul. Remarcăm că bugetul total al programului de cooperare cu piețele în curs de dezvoltare desfășurat de Olanda cu 42 de țări este de 51 mln euro (art.2).

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

Acordul între Banca Națională a Moldovei și Banca Națională a Republicii Belarus privind organizarea decontărilor bancare din 9 decembrie 1998 [23] reglementează sistemele de decontări și plăți între agenții economici rezidenți (persoane fizice și juridice) din RM și Belarus. Decontările se efectuează prin virament prin intermediul conturilor corespondente ale băncilor autorizate din RM și Belarus și conturile subiecților activității economice externe și ale persoanelor fizice, deschise în băncile autorizate rezidente sau băncile statelor terțe (art. 2).

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

Acordul are în vizor regularea aspectelor sistemice de plată a relațiilor financiar – valutare bilaterale în scopul dezvoltării și perpetuării comerțului internațional regional.

Alt act bilateral regulator de relații de mutualitate în sfera finanțelor internaționale și aferente acestora – *Acordul dintre Guvernul RM și Guvernul Federației Ruse privind colaborarea și schimbul de informații în domeniul combaterii contravențiilor financiare și fiscale* din 8 octombrie 1996 [24] se referă la cooperarea interstatală prin intermediul organelor competente în scopul organizării unei lupte eficiente pentru depistarea, prevenirea și suprimarea crimelor și infracțiunilor prevăzute de legislațiile financiare și fiscale ale statelor semnatare (art. 1). În cadrul implementării Acordului părțile vor utiliza o serie de forme de colaborare de reciprocitate (art. 3): schimbul de informații privind actele ilegale din domeniile financiar și fiscal; conlucrarea privind desfășurarea de acțiuni îndreptate spre depistarea, prevenirea și suprimarea crimelor și infracțiunilor financiare și fiscale; prezentarea copiilor certificatelor de acte de impozitare a persoanelor fizice și/sau entităților juridice; schimbul de informații privind sistemele naționale de impozitare; schimbul de experiențe în crearea și exploatarea sistemelor informaționale utilizate pentru combaterea infracționalității financiare; coordonarea activității și acordarea asistenței necesare în problemele apărute în cadrul colaborării prin crearea grupurilor de lucru, pregătirea cadrelor, organizarea de conferințe și seminare etc.

Acordul demonstrează intenția statelor semnatare de a fortifica raporturile de cooperare privitor la combaterea infracționalității de specific financiar, precum și de a dezvolta mecanismele de acordare a asistenței reciproce în domeniul finanțelor și impozitelor.

De o manieră de generalitate, concluzionăm că mecanismele reglementării cooperării financiare neinstituționalizate se configurează a fi prestabilite, vaste, clare, optime și corespunzătoare dinamicii existente și viitoare a raporturilor din sfera finanțelor internaționale.

Bibliografie:

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

17. Acordul între Guvernul RM și Guvernul Republicii Elene privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 23 martie 1998. În: „Tratate Internaționale”, 2001, vol. 24, pag. 155.
18. Acordul între Guvernul RM și Guvernul Republicii Austria privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 5 iunie 2001. În: „Tratate Internaționale”, 2002, vol. 29, pag. 11.
19. Acordul între RM și Republica Croația privind promovarea și protejarea reciprocă a investițiilor din 5 decembrie 2001. În: „Tratate Internaționale”, 2009, vol. 41, pag. 114.
20. Burian A. și alții. Drept internațional public. Chișinău: Tipografia „Elena V.I.” SRL, 2009. 649 p.
21. Tratatul de înțelegere, prietenie și cooperare între RM și Republica Franceză din 29 ianuarie 1993. În: „Tratate Internaționale”, 2005, vol. 32, pag. 233.
22. Memorandumul de înțelegere între Guvernul RM și Guvernul Țărilor de Jos cu privire la programul de cooperare cu piețele în curs de dezvoltare din 10 octombrie 2005. În: „Tratate Internaționale”, 2006, vol. 34, pag. 316.
23. Acordul între Banca Națională a Moldovei și Banca Națională a Republicii Belarusi privind organizarea decontărilor bancare din 9 decembrie 1998. În: „Tratate Internaționale”, 1999, vol. 23, pag. 72.
24. Acordul între Guvernul RM și Guvernul Federației Ruse privind colaborarea și schimbul de informații în domeniul combaterii contravențiilor financiare și fiscale din 8 octombrie 1996. În: „Tratate Internaționale”, 1999, vol. 21, pag. 258.

ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ УКРАИНЫ

Криворучко О. С., асп.,

Полтавский университет экономики и торговли, Украина

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

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

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

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

Изложение основного материала. Следует отметить, что пикового развития потребительская кооперация достигла в 80-х годах прошлого столетия, когда она, по сути, занимала монопольное положение в торговле на селе и ее мощная материально-техническая база действительно отвечала требованиям времени. За годы независимости сеть предприятий кооперативной торговли сократилась более чем на 14000 объектов хозяйственной деятельности общей площадью 917,2 тыс. м². Это, безусловно, целая торговая система. Однако количественные изменения в торговой сети потребительской кооперации нельзя однозначно оценивать негативно, ведь розничная торговля на сегодня располагает 9,68 тыс. магазинов, что по размерам соответствуют потребностям нынешнего села и доле потребительской кооперации в общем розничном товарообороте.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Для определения уровня экономической эффективности определим следующие показатели:

- обобщающий показатель эффективности функциональной деятельности:

$$E_{\text{ФД}} = \frac{B_o}{\Delta O_C Z_{\text{ост}} + \Delta O_B C + \text{ФОТ}} \quad (2)$$

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

$\Delta O_C Z_{\text{ост}}$ – среднегодовая стоимость основных средств по остаточной стоимости;

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

ФОТ – годовой фонд оплаты труда по всем отраслям.

- обобщающий показатель эффективности хозяйственной деятельности:

$$\text{Э}_{\text{ХД}} = \frac{\text{ЧП}}{\sum \text{ИО} + K_{\text{ЭК}} + \sum \text{КВ}} \quad (3)$$

где ЧП – общий размер чистой прибыли за год;

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

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

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

- интегральный показатель экономической эффективности:

$$\text{Э}_{\text{ЭИ}} = \sqrt{\text{Э}_{\text{ФД}} \times \text{Э}_{\text{ГД}}} \quad (4)$$

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

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

Таблица 1

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

Показатели	Годы					
	2001	2003	2005	2007	2009	2011
1. Эффективность деятельности системы в торговле (Θ_1)	7,525	8,503	7,961	7,99	8,23	8,4
2. Эффективность деятельности системы в ресторанном хозяйстве (Θ_2)	5,024	4,934	4,188	3,97	3,846	3,862
3. Эффективность деятельности системы в производственной сфере (Θ_3)	1,132	1,099	0,996	1,064	1,136	1,176
4. Эффективность деятельности системы в заготовительной отрасли (Θ_4)	10,881	14,388	18,116	18,868	26,042	22,453
5. Интегральный показатель эффективности деятельности системы во всех отраслях (Θ_i)	4,646	5,076	4,953	5,024	5,532	5,41
6. Средневзвешенный показатель эффективности деятельности системы во всех отраслях (Θ_{CP})	6,141	7,231	7,815	7,973	9,813	8,973
7. Обобщающий показатель эффективности функциональной деятельности ($\Theta_{ФД}$)	0,936	1,04	1,404	1,677	1,722	2,072
8. Обобщающий показатель эффективности хозяйственной деятельности ($\Theta_{ХД}$)	-0,066	0,007	0,04	0,107	0,088	0,19
9. Интегральный показатель эффективности ($\Theta_{ЭИ}$)	-0,249	0,083	0,237	0,423	0,39	0,628

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

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

Обобщающим финансовым показателем деятельности предприятия является его прибыль, получение которой зависит от осуществления основной деятельности субъектов хозяйствования. Прибыль является составной частью выручки от реализации. Однако в отличие от выручки, поступление которой на текущий счет предприятия фиксируется регулярно, объем полученной прибыли определяется только за определенный период (квартал, год) на основании данных бухгалтерского учета. Учитывая специфику финансового учета предприятий и организаций потребительской кооперации необходимо проанализировать отдельно прибыль, убыток и окончательный финансовый результат. В общем, если в 2001 году деятельность системы потребительской кооперации была убыточной (-53,96 млн. грн.), то на конец 2011 года кооперативные предприятия и организации получили 105,62 млн. грн. чистой прибыли. Наиболее удачной деятельность кооперативных предприятий и организаций была в 2008 году, когда данный показатель составлял 145,93 млн. грн. В последующий период произошел спад, который за 2008-2011 годы составил более 27,62 %.

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

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

Таким образом, наиболее острыми проблемами деятельности потребительской кооперации являются:

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

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

ВЫВОДЫ

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

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

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

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

Литература:

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

4. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2005 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2005. – 132 с.
5. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2006 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2007. – 117 с.
6. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2007 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2008. – 115 с.
7. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2011 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2012. – 53 с.
8. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2004-2008 роки / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2009. – 118 с.
9. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2009 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2010. – 103 с.
10. Роздрібний товарооборот за січень-грудень 2011 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/sr/roz/roz_u/roz1211_u.htm. – Назва з екрана.
11. Шубіна С.В. Економічний аналіз: практикум / С.В. Шубіна, Ж.І. Торяник. – К.: Знання, 2007. – 230 с.

SECȚIUNEA II STRATEGII DE CONSOLIDARE A COMPETITIVITĂȚII ORGANIZAȚIONALE

ANALIZA ASIGURĂRII CU INFORMAȚII A ÎNTREPRINDERILOR DE COMERȚ ȘI ALIMENTAȚIE PUBLICĂ

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

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

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

Calitatea rezultatelor cercetării pieței comerțului și alimentației publice depinde de veridicitatea și comparabilitatea datelor culese. Însă, din lipsa unui sistem de asigurare cu informații bine pus la punct, conducătorii întreprinderilor constată că calitatea informațiilor de marketing este scăzută și datele pentru studierea pieței produselor și serviciilor în comerț și alimentația publică se obțin prea târziu. Multe surse de informații deținute de executori sunt inutile și insuficiente pentru cercetarea pieței alimentației publice.

În aceste situații apare necesitatea creării unui sistem de asigurare cu informații, care ar include în sine colectarea și prelucrarea informației directe și indirecte exprimată cantitativ sau calitativ pentru a permite efectuarea cercetărilor de piață. În dependență de scopul și obiectivele urmărite cercetătorul pieței va începe lucrul prin identificarea surselor de informații posibile și alegerea celor mai eficiente, inclusiv: informația despre propria întreprindere (profilul, tehnologia, structura funcțională și de producere etc.), informația despre piață (aria de cuprindere, gradul de saturație, posibilități de extindere etc.), informația despre concurenți (numărul acestora, capacitatea economico-financiară, forța comercială etc.), informația despre clienți (numărul acestora, localizarea geografică, vârsta, sexul, religia etc.), informația despre mediu (geografic, demografic, politic, economic, social). În opinia savanților nimic din ceea ce poate influența bunul mers al afacerilor nu trebuie neglijat într-o cercetare serioasă de marketing [4, p.51].

Orice cercetare de piață presupune rezolvarea problemelor referitoare la metodele de colectare a informației, prelucrarea și analiza datelor, organizarea activității de colectare, prelucrare și analiză a informației, formarea bazei de date și păstrarea acestora. Ținând cont de caracterul complex al pieței, volumul mare de date, diversitatea surselor de informații, felul informațiilor utilizate în sursă, originea sursei, identitatea informațiilor furnizate, obținerea datelor depline în condițiile actuale este legată și de dotarea tehnică a cercetării. Utilizarea metodei complexe de cercetare a pieței în practică presupune o abordare sistemică privind formarea bazei de date informaționale, prin urmare, este necesar inițial de examinat tipurile informației despre piață.

În literatura științifică se evidențiază un număr mare de diverse tipuri de informație necesară pentru cercetarea oricărui fenomen pe piața de consum, care se clasifică după diverse criterii [4, p. 51-53; 1, p. 115-117]. Vom adopta și completa clasificarea surselor de informații referitor la alimentația publică (Tabelul 1).

Tabelul 1. Clasificarea surselor de informații după diverse criterii

N/o	Criteriul de clasificare	Tipuri de surse	Caracteristica
1.	Originea sursei în raport cu obiectul cercetării	a) surse interne	Informația culeasă de către lucrătorii întreprinderii alimentației publice: evidența internă, sistemul managerial de informații, specialiștii secției de marketing etc.
		b) surse externe	Datele culese în afara întreprinderii alimentației publice, dar utilizate pentru realizarea obiectivelor întreprinderii: consumatorii finali, parteneri de afaceri, rapoartele organizațiilor internaționale, utilizatorii serviciilor oferite de întreprinderea alimentației publice
2.	Tipul informațiilor furnizate (primite)	a) surse de informații primare	Informația primită prima dată pentru studierea pieței alimentației publice: veniturile populației, numărul consumatorilor unui anumit segment, experți în domeniul studierii și prognozării pieței
		b) surse de informații secundare	Datele culese și prelucrate anterior, în vederea studierii pieței produselor și serviciilor în alimentația publică: baze de date computerizate, documentele interne ale întreprinderii
3.	Perioada la care se raportează	a) informația de moment sau episodică la cerere	Informația transmisă în rezultatul raportării la momentul dat sau episodic în baza cercetării ordinare (chestionarea, observarea etc.)
		b) informația raportată regulat	Informația raportată cu regularitate (dările de seamă contabile, statistice)
		c) informația periodică	Datele se culeg periodic într-o succesiune de momente în mod repetat
4.	Aria cuprinderii obiectului cercetat	a) informație generală	Informația care cuprinde piața în ansamblu
		b) informație regională sau locală	Informația care cuprinde indicatori la nivelul regiunii sau localizării ce caracterizează situația pieței alimentației publice
5.	Identitatea sursei	a) surse individuale	Se bazează pe datele oferite de indivizi vizînd comportamentul de consum a unor produse sau servicii, atitudinea lor față de serviciile alimentației publice
		b) surse pe familii	Structura, nevoile și comportamentul de cumpărare se bazează pe familii sau gospodării
		c) surse pe organizații	Se bazează pe întreprinderile și organizațiile alimentației publice prestatoare de servicii, organisme internaționale

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

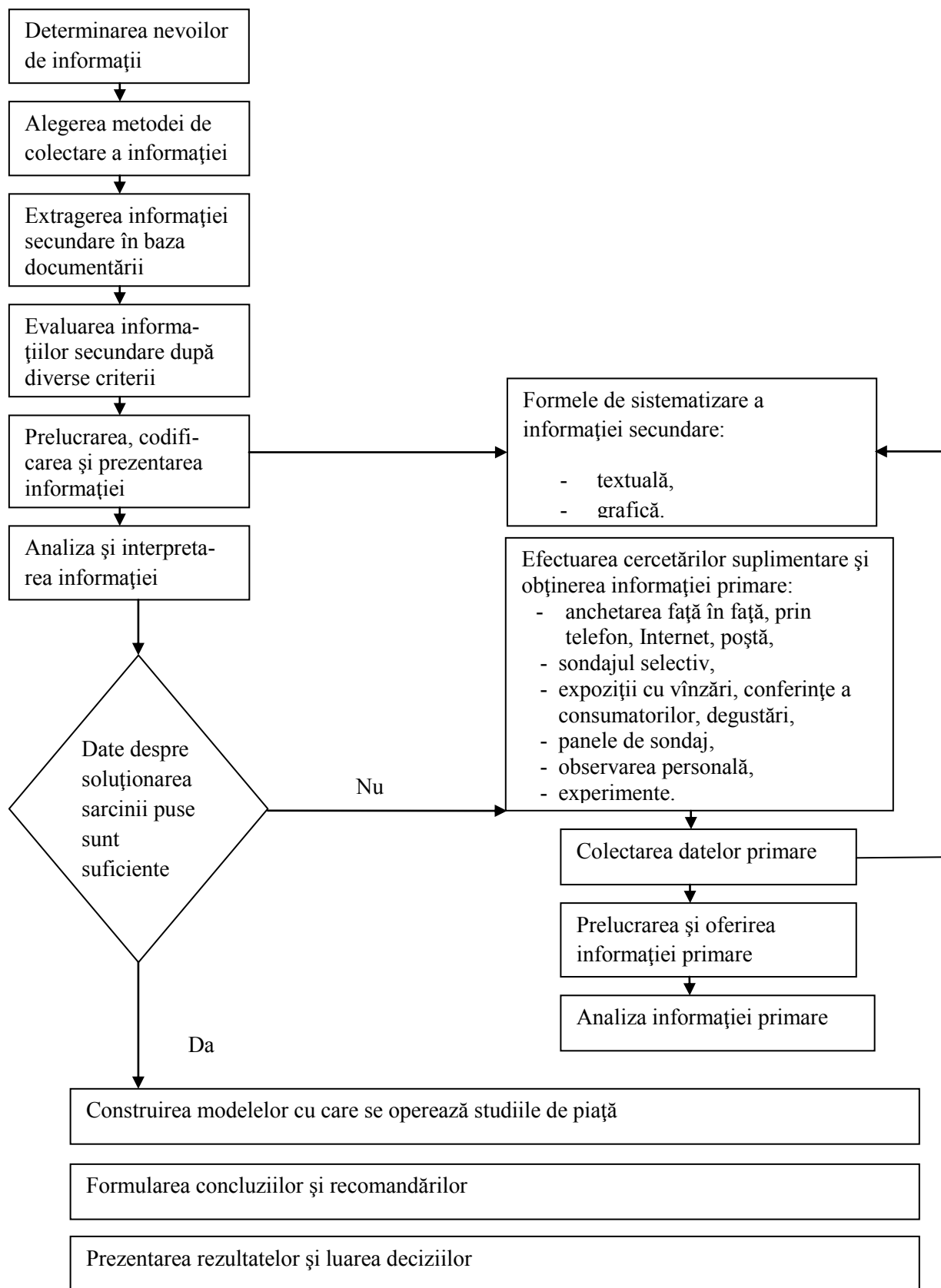


Figura 1. Schema formării bazei informaționale a cercetării pieței produselor și serviciilor (Adaptat și completat după [2, p. 552; 5])

Figura 1 reflectă procesul formării bazei informaționale a cercetării pieței produselor și serviciilor alimentației publice, care conține următoarele blocuri:

Pînă la 1991 în republică funcționa sistemul de colectare, înregistrare și stocare a informației privind cererea realizată și anume: volumul cifrei de afaceri din alimentația publică, volumul comercializării producției proprii și a mărfurilor procurate în general, precum și pe grupe de materie primă și produse, cantitatea felurilor de bucate preparate (forma nr.4- comerț). Trecerea la economia de piață a condus la distrugerea sistemului existent de culegere a informației, din motivul lichidării organelor de conducere a alimentației publice în republică. Actualmente funcționează Direcția de comerț și alimentație publică numai în mun. Chișinău și cîte un reprezentant pe lîngă administrația din orașe și raioane care dispun de date privind partea socială a pieței și despre unele întreprinderi rămase în proprietatea publică, precum și date despre dislocarea rețelei, deoarece întreprinderile trebuie să se înregistreze. Referitor la întreprinderile publice, informația despre volumele și structura cifrei de afaceri în comerț - practic nu există, din motivul că lipsește baza legislativă, care ar obliga prezentarea acestor informații. Prin urmare, unica sursă de informare sunt datele Biroului Național de Statistică, care sunt prezentate parțial în anuarele statistice ale republicii.

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

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

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

În al treilea rînd, exista devieri și în structura produselor incluse în cifra de afaceri a comerțului cu amănuntul. Astfel, în volumul cifrei de afaceri sunt incluse: vânzările produselor de petrol, care ocupă o pondere de 18% din volumul total al circulației mărfurilor, vânzarea automobilelor cu o pondere de 3,7% și vânzările produselor farmaceutice cu o pondere de 6% din volumul total al vânzărilor cu amănuntul. În același timp, grupa „Mobilă și instalații pentru iluminat” ocupă o pondere de 3,5%.

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

În al cincilea rînd, conform legislației în vigoare o parte din întreprinderi din alimentația publică nu cad sub incidența evidenței statistice. Rapoartele statistice prezentate în organelor statistice de stat sunt obligatorii pentru întreprinderile alimentației publice a căror activitate de bază, conform statutului, este prestarea serviciilor de alimentație publică în formă organizată, precum și persoanele juridice (comerciale și necomerciale) în structura cărora funcționează sub

formă de subdiviziuni întreprinderi de alimentație publică. Între timp, un șir de întreprinderi de alimentație publică aparțin antreprenorilor (persoanelor fizice), care se ocupă cu activități antreprenoriale fără înființarea persoanei juridice, asupra cărora această regulă nu se răsfrânge.

În al șaselea rând, majoritatea întreprinderilor alimentației publice se referă la categoria celor mici, iar față de ele se folosește cercetarea selectivă, mai apoi în organele statistice se face ajustarea după metodici speciale.

Ca urmare, datele secundare privind situația pieței alimentației publice în general, precum și cererea realizată (volumul circulației produselor și structura vânzărilor), destul de convențional reflectă situația reală, deși permit cuantificarea tendințelor de dezvoltare și se obține efectul oglinzii. Informația despre cererea realizată se acumulează la fiecare întreprindere (prin evidența operativă și contabilă respectivă), dar rămâne nesolicitată pentru raportare și ea nu este generalizată și analizată la nivel de oraș și pe raioane ale republicii. Prin urmare, considerăm că actualmente este necesar mai întâi de elaborat formele de culegere a informației despre cererea realizată din punct de vedere cantitativ și structural. În al doilea rând, de prelucrat și argumentat sistemul de interconexiune și schimb de informație între întreprinderi și reprezentanții din raioane și orașe. Aceasta va permite crearea bazei informaționale pentru studierea ofertei și cererii realizate.

Procesul cercetării pieței presupune o analiză profundă a ofertei și cererii reale, precum și evaluarea necesităților solvabile, care cauzează necesitatea de a avea o anumită informație. Obținerea datelor se poate realiza numai pe calea efectuării cercetărilor speciale, deoarece informația suplimentară despre aceste probleme lipsește. Această informație are un șir de priorități în comparație cu datele publicate, deoarece asigură obținerea informației depline care răspunde obiectivelor de studiere a pieței, lipsa contrazicerilor în date, siguranța și veridicitatea datorită procedurilor adecvate în selectarea metodelor de culegere a informației și reprezentativității eșantioanelor alese.

Ținând cont de scopurile studierii pieței și specificul apariției acesteia în procesul culegerii informației, vom prezenta un fragment de colectare a datelor în formă de schemă (Figura 2), unde fiecare element are prioritățile și neajunsurile sale. Astfel, vom analiza două surse principale de informații folosite în cercetarea pieței produselor și serviciilor în comerț și alimentație publică: a) **surse secundare** – furnizează informațiile care există deja și trebuie extrase pentru a evalua veridicitatea și valabilitatea acestora, b) **surse primare** – cunoscute sub denumirea de cercetare directă, care sunt extrase prin folosirea metodelor de observare a faptelor, sondaje, experimente, simulare etc.

Primul pas trebuie să-l constituie consultarea surselor secundare din motivul, că în multe cazuri aceasta poate conduce la clarificări suplimentare și la realizarea mai eficientă a întregii cercetări. După unele estimări ale savanților există situații în care sursele secundare asigură cea mai mare parte a informațiilor necesare rezolvării unei anumite probleme decizionale [3, p.181]. Informațiile secundare sunt deja sistematizate într-o anumită formă, dar este important de identificat acele surse care pot fi utile în alimentația publică. În mod preponderent aceste surse secundare pot fi folosite pentru estimarea pieței produselor și serviciilor în alimentația publică, caracterizarea cererii, ofertei și prețurilor la produse și servicii, stabilirea tendințelor de dezvoltare a fenomenelor pieței la întreprinderile alimentației publice prin compararea rezultatelor concurenților pe aceeași piață, caracterizarea mediului competitiv al unei întreprinderi din alimentația publică. Deoarece informațiile secundare există deja, nu este nevoie de metode specifice pentru colectarea datelor. Toate eforturile sunt îndreptate în direcția identificării și selectării celor mai credibile surse de informații.

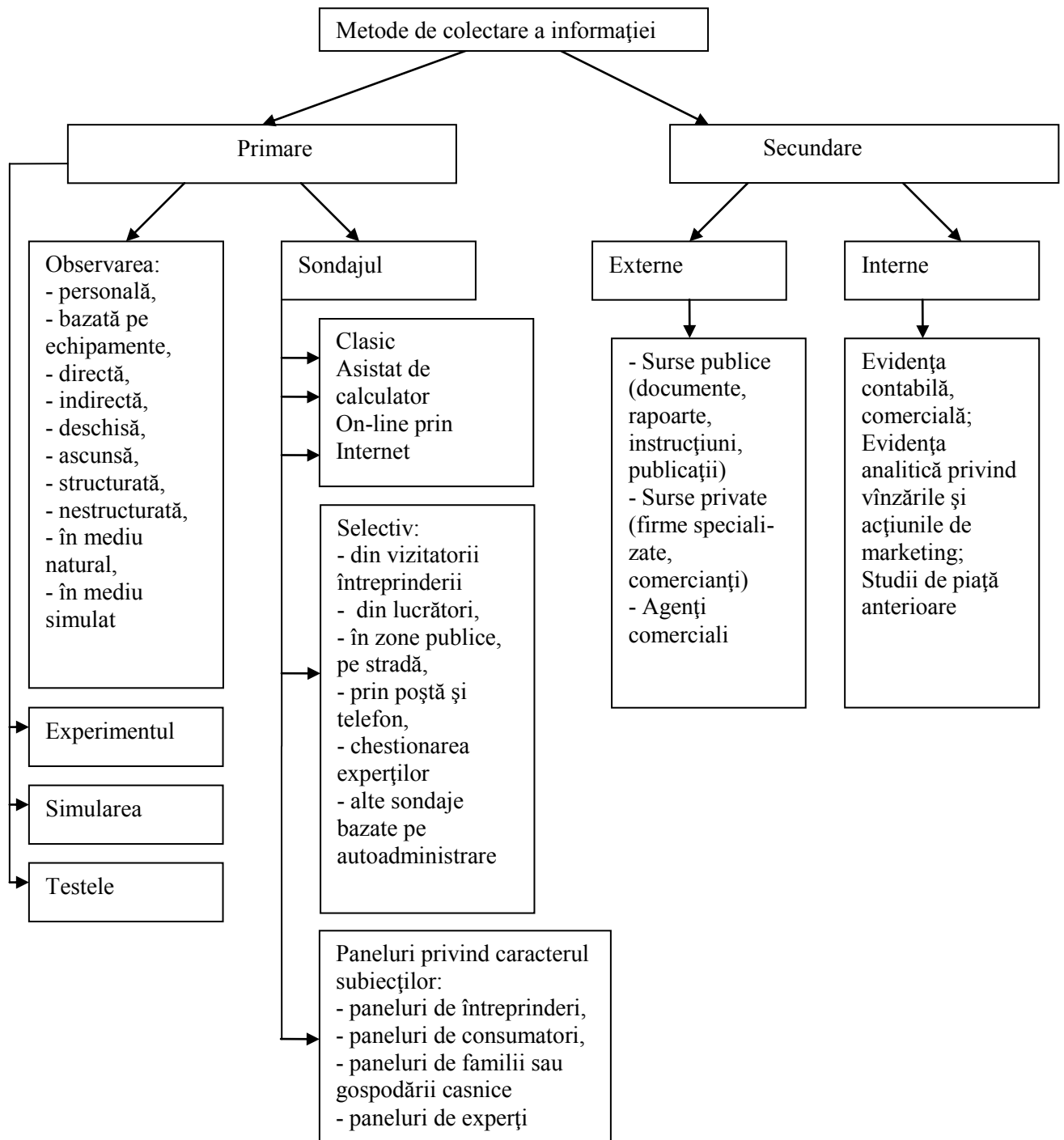


Figura 2. Fragment de colectare a informațiilor folosite în cercetarea pieței produselor și serviciilor din comerț și alimentația publică.

Bibliografie:

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

PERFEȚIONAREA ANALIZEI ÎN SCOPUL EVALUĂRII OBIECTIVE A EFICIENȚEI ACTIVITĂȚII COMERCIALE

Maleca Ina, dr., conf. univ.,

Fulga Viorica, dr., lect. sup.,

Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

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

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

Mărimea și calitatea activității, precum și modul de utilizare a resurselor economice de către entitățile comerciale se concretizează într-un ansamblu de rezultate, care definesc *eficiența activității comerciale*. Ea constituie principiul fundamental al existenței și prosperității oricărei entități comerciale, reprezentând totodată și condiția integrării comerțului în spectrul rigorilor unei economii moderne.

Conceptul de eficiență este asociat în teoria și practica economică cu diverse forme de manifestare a rezultatelor obținute de agenții economici, precum ar fi: *rentabilitatea, productivitatea factorilor de producție, eficacitatea capitalului, economisirea costurilor* etc.

Prin eficiența activității economice în sfera comerțului se înțelege raportul dintre *efortul economic* depus și *rezultatele obținute* de un agent economic, în ansamblul său, ori raportul dintre rezultate și efort. Efortul se măsoară prin consumul de resurse economice (materiale, umane și financiare), iar rezultatele – prin volumul vânzărilor sau alte efecte calitative ale activității economice (creșterea profitului sau a productivității muncii, reducerea nivelului relativ al cheltuielilor comerciale, timpul mediu de rotație a mărfurilor, promovarea progresului tehnic).

Actualmente, modelul de analiză a eficienței activității comerciale este orientat prioritar spre rezultatele financiare ale activității entității, generând pericolul real că tendința obținerii imediate și necondiționate de către entitățile comerciale a profitului subestimează luarea deciziilor corecte pe termen lung.

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

Astfel, sistemul indicatorilor economico-financiar tradiționali nu oferă rezultate nu numai din cauza că informația furnizată de aceștia adesea este învechită sau inexactă, pentru a servi drept bază în luarea deciziilor. Totodată, managerii, când iau decizii, urmăresc, de regulă, alte scopuri și priorități ale activității în afară de indicatorii profitului, rentabilității, randamentului.

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

O altă cauză o constituie inovațiile tehnologice, care schimbă viața noastră cu mult mai rapid decât se presupunea cu câțiva ani în urmă. Tempourile acestor modificări necesită verificări serioase privind capacitatea de adaptare a entității în condițiile schimbărilor continue. Entitatea este obligată să întrețină relații strânse cu fiecare cumpărător în parte.

Mediul de afaceri contemporan înaintează noi și diversificate cerințe managementului entității în scopul evaluării obiective a eficienței activității. În Tabelul 1 sunt prezentate principalele dezavantaje ale indicatorilor tradiționali, utilizați pentru aprecierea eficienței activității unei entități.

Tabelul 1. Dezavantajele indicatorilor tradiționali utilizați pentru aprecierea eficienței activității comerciale

<i>Dezavantajul</i>	<i>Analiza</i>	<i>Concluzia</i>
<i>1. Siguranța luării deciziilor</i>	În luarea deciziilor manageriale este pus accentul pe costuri, pe volumul vânzărilor și pe rentabilitate. Indicatorii economico-financiari calculați în mod tradițional reflectă rezultatele activității entității în perioadele anterioare de gestiune.	Informația tradițională poate influența adoptarea unor decizii care, deseori, nu corespund scopurilor strategice ale entității.
<i>2. Ignoranța cerințelor organizării afacerii și strategiei entității reieșind din exigențele actuale de gestiune</i>	În baza indicatorilor economico-financiari tradiționali pot fi luate decizii privind reducerea costurilor de cercetare și dezvoltare, formarea personalului, anularea emisiunii acțiunilor, amânarea deciziilor de investire a mijloacelor disponibile. Totodată, sunt ignorate obiectivele planificării strategice.	Problema se reduce la armonizarea obiectivelor pe termen scurt cu cele pe termen lung.
<i>3. Dependența de rapoartele financiare</i>	Rapoartele financiare sunt întocmite, în concordanță cu cerințele legislației în vigoare, conținând anumiți indicatori. Totodată, proprietarii doresc să obțină informații suplimentare cu privire la afacerile entității, în scopul comparării acestora cu alte opțiuni de investire.	Indicatorii economico-financiari, calculați în baza rapoartelor financiare, nu oferă o imagine adecvată și completă privind dezvoltarea afacerii.
<i>4. Insuficiența informării personalului</i>	Informația economico-financiară, în mare măsură, nu prezintă interes pentru angajații entității. Acestora le este dificil a înțelege relația stabilită dintre produsul muncii lor și indicatorii calculați în baza rapoartele financiare.	Indicatorii economico-financiari sunt prea sofisticăți, pentru a fi înțeleși de către o mare parte a personalului, împiedicându-i, de regulă, să adopte niște acțiuni prompte, atunci când este necesar.
<i>5. Ignorarea mediului de afaceri în care activează entitatea</i>	Indicatorii economico-financiari tradiționali nu reflectă comportamentul consumatorilor reali cu cei potențiali, inclusiv cu posibilele schimbări în ramură și mediul economic de afaceri. Indicatorii-cheie economico-financiari ai entității, utilizați în majoritatea cazurilor, sunt orientați preponderent asupra problemelor interne, ignorându-le pe cele externe. Ei sunt destinați comparării performanțelor actuale cu cele ale perioadelor precedente, performanțele fiind bazate pe standarde elaborate pentru uz intern.	În baza indicatorilor economico-financiari tradiționali este mult prea dificil să se compare performanțele entității lor cu principalii concurenți.

Dezavantajele menționate reclamă ideea substituirii indicatorilor economico-financiar cu cei strategici. De regulă, aceștia ar trebui să reflecte strategia entității, totodată, având o relație directă cu factorii-cheie de succes ai entității comerciale. Printre avantajele utilizării în analiza eficienței activității comerciale a indicatorilor strategici pot fi evidențiate:

- sunt simpli pentru a fi înțeleși, nu apare necesitatea atragerii unor experți și, prin urmare, se apreciază utilitatea acestora;
- nu au caracter normativ, fiind selectați voluntar, pornind de la necesitățile interne ale entității;
- aprecierea valorică se efectuează la nivelul entității, în dependență de strategie.

Reieșind din cercetările mai multor autori, indicatorii ce caracterizează eficiența activității comerciale, pot fi grupați pe tipuri de activități, după cum urmează:

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

În literatura de specialitate își găsesc reflectare o mulțime de *indicatori ce caracterizează activitatea financiară* a entității. Totodată, în aprecierea eficienței acesteia este binevenită includerea indicatorilor orientați spre piață, drept exemplu servind rentabilitatea vânzărilor în anumite segmente de consumatori. Cu toate că acești indicatori caracterizează activitatea entității în perioadele anterioare de timp și pot fi obținuți cu mici eforturi din rapoartele financiare ale entității, ei sunt relevanți în aspectul relațiilor cu cumpărătorii.

Indicatorii ce caracterizează relațiile cu cumpărătorii se referă la percepția entității comerciale de către cumpărător, inclusiv indicii de satisfacție al cumpărătorilor, de asemenea, atitudinea cumpărătorilor față de entitate. Ei pot fi divizați pe segmente de clienți, canale de distribuție etc.

Acești indicatori concomitent reflectă situația curentă a entității comerciale în legătură cu un anumit segment sau grup de cumpărători, precum și modificările efectuate pentru ultima perioadă de timp. Cu alte cuvinte, indicatorii nominalizați, de regulă, prezintă echilibrul relațiilor cu cumpărătorii și Raportul de profit și pierdere. Experiența entităților comerciale demonstrează că elaborarea bugetului de vânzări necesită o monitorizare constantă, în primul rând, al indicatorilor indirecti, precum și recunoașterea brandului. Totodată, este necesară utilizarea indicatorilor indirecti detaliați, precum ar fi eforturile de marketing ale entității sau numărul de vizite întreprinse de către potențialii cumpărători.

În funcție de situație, adică de principalii factori de succes, poate apărea necesitatea corectării indicatorilor, care reflectă ponderea mărfurilor entității comerciale în valoarea totală a achiziției cumpărătorilor, frecvența contactelor cu aceștia, numărul de lucrători ce intră în contact permanent cu cumpărătorii etc.

La selectarea pentru analiză a *indicatorilor ce caracterizează resursele umane* accentul trebuie să fie pus pe performanța strategică a personalului. Una dintre aceste caracteristici este considerată a fi competența salariaților. Pe lângă aceasta, poate fi folosită divizarea salariaților în funcție de vârstă, sex, educație, experiență, precum și naționalitate etc. De asemenea, importanți sunt indicatorii, precum fluiditatea personalului, atitudinea lucrătorilor față entitate, perspectivele de carieră sau o schimbare de calitate, adică profesională în cadrul companiei. În cele din urmă, indicatorii selectați trebuie să fie în legătură directă și cu indicatorii altor activități-cheie ai

entității, de exemplu, interdependența dintre sporirea contactelor personalului cu cumpărătorii și aspectul relațiilor cu cumpărătorii, abilitatea de a utiliza sistemele de informare ale entității și aspectul de dezvoltare și pregătire a cadrelor.

Indicatorii ce caracterizează aspectele interne ale proceselor de business trebuie să fie competitivi ca să poată întotdeauna aprecia și evalua nu doar productivitatea proceselor comerciale sau a operațiilor la un moment dat de timp, de exemplu, durata ciclului operațional, dar și rezervele disponibile ale acestor indicatori, posibilitatea de creștere a acestora, pentru obținerea unui volum al vânzărilor mai sporit sau extinderea sortimentului acestuia. Ca și în cazul relațiilor cu clienții, prezintă interes deosebit calitatea informației despre starea actuală a entității și modificările ei într-o anumită perioadă de timp. În cazul în care compania a decis să nu dezvăluie un aspect separat ce ține de personal sau resurse umane, atunci aici se pot include indicatorii care reflectă eficiența interacțiunii între angajați și tehnologii. Este util, de asemenea, de inclus diverși indicatori care să detecteze eficiența utilizării tehnologiilor informaționale. Potențialul de dezvoltare și extindere a companiei de mulți ani depinde în mare măsură de calitatea instruirii lucrătorilor privind aplicarea metodelor mai eficiente a tehnologiilor informaționale performante.

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

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

Bibliografie:

1. ANGHEL, I. et al. *Evaluarea întreprinderii*. București: Ed. Economică, 2010.
2. BUCĂȚARU, D. *Evaluarea întreprinderii*. Iași: Ed. Junimea, 2006.
3. DRUKER, P. *Despre decizie și eficacitate*. București: Ed. Meteor Press, 2007.
4. IACOB, C., IONESCU, I. *Controlul de gestiune la nivelul firmei*. București: Tribuna Economică, 1999.
5. ȚIRIULNICOVA, N. et al. *Analiza rapoartelor financiare: manual*. Ed. a II-a, rev. Ch.: Asociația obștească „ACAP RM”, 2011.

MODERNIZAREA INFRASTRUCTURII COMERCIALE, DIVERSIFICAREA CANALELOR DE DISTRIBUȚIE CA FACTORI AI EFICIENȚEI ACTIVITĂȚII UNITĂȚILOR COMERCIALE

Pitușcan Feodosie, dr., conf. univ.,

Muștuc Svetlana, dr., conf. univ.,

Sitnicenco Viorica, lect. sup.,

Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

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

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

În prezent, comerțul, aflat în centrul relațiilor de schimb atât la nivel mondial, cât și la nivel național, s-a poziționat printre ramurile cu cea mai dinamică dezvoltare, înscriind ritmuri avansate de creștere a cifrei de afaceri, transformări structurale semnificative, generate de dezvoltarea formatelor moderne de comerț, de pătrunderea în piața internă a operatorilor de comerț multinaționali, modificări ale conceptului de vânzare etc. De altfel, comerțul a fost printre primele sectoare care au beneficiat de libertățile economiei de piață: libera inițiativă și liberalizarea prețurilor. Toate acestea au determinat transformarea comerțului interior în unul dintre domeniile cu cea mai intensă competiție, situație care solicită din partea operatorilor din comerț eforturi de sporire continuă a competitivității și de consolidare a pozițiilor sale pe piață.

Pornind de la asemenea premise ***problematica proprie comerțului dobândește o importanță cu totul deosebită.*** Cunoașterea particularităților ramurii, a tendințelor de dezvoltare, interpretarea cauzelor care stau la baza transformărilor structurale ale comerțului necesită cunoștințe și analize științifice, în cadrul cărora trebuie apelat atât la vastul instrumentar teoretic oferit de disciplinele de specialitate, cât și la experiența practică acumulată de-a lungul timpului.

Rețeaua de comerț din Republica Moldova este slab dezvoltată, iar marele rețele de comerț din țările europene nu se grăbesc de a intra pe piața țării noastre, aceștia motivând prin faptul că aceasta este mică, dar și puterea de cumpărare a populației în Moldova este redusă.

Dezvoltarea slabă a rețelei de comerț în Republica Moldova se distinge și prin numărul mic de magazine moderne. Astfel, în țara noastră activează doar 189 de super și hipermarketuri și trei magazine cash&carry. Până la momentul actual nici o rețea internațională de magazine de pe segmentul celor de tip discount nu s-a lansat în țara noastră.

Rețeaua de comerț și infrastructura ei necesită a fi optimizate, reieșind din condițiile reale ale țării noastre. Pentru aceasta se impune axarea pe următoarele ***direcții de optimizare*** a infrastructurii comerciale:

1. Crearea rețelelor de comerț care ar ***dezvolta infrastructura comercială în complex:***
 - expediere – depozitare – magazine – deservire tehnică;
 - expediere – retail (comerț cu amănuntul) – deservire tehnică;

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

2. **Crearea și dezvoltarea rețelelor de comerț, orientate pe acordarea** unei game de servicii variate consumatorilor.

3. **Crearea rețelelor mixte**, axate pe producere și asigurare cu tehnologii și utilaj modern pentru automatizarea și mecanizarea proceselor comerciale, creșterea productivității muncii și a competitivității pe piață.

În Republica Moldova comerțul cu amănuntul este influențat de componenta psihologică și de cea financiară: prima ține de nivelul de încredere al consumatorilor, iar a doua - de modul în care sunt făcute disponibile sumele de bani ca și credit de consum pentru populație.

Nivelul de încredere al consumatorilor este scăzut și nu poate crește foarte mult în perioada apropiată. În aspect financiar, consumatorii, chiar dacă teoretic au posibilitatea de a obține credite de consum, contează condițiile în care acestea sunt acordate, dobânzile și costul creditelor în ansamblu, în deosebi în situația când politica economică în țară este instabilă. Pentru a dezvolta infrastructura comerțului și a atrage rețelele mari în țară trebuie:

1. Îmbunătățit **climatul de afaceri** prin implementarea actelor normative care reglementează domeniul și de promovat conceptul de cultură a afacerilor în comerț.
2. **Create condiții de atragere a investițiilor în ramura comerțului.** De asemenea, este important ca Republica Moldova să aibă o stabilitate politică pentru a nu respinge investitorii locali și străini.

Analiza infrastructurii comerțului se poate efectua în baza determinării unor indicatori cantitativi și calitativi. Cei mai relevanți indicatorii cantitativi sunt :

1. dinamica și ponderea vânzării mărfurilor prin diferite căi de vânzare;
2. dinamica și ponderea magazinelor și a gheretelor în numărul total al unităților de comerț;
3. gradul de asigurare cu unități comerciale și suprafață comercială la 10000 de locuitori;
4. suprafața medie a unui magazin și vânzările medii la 1 m² de suprafață comercială;
5. structura deținătorilor patentelor de întreprinzător etc.

În Republica Moldova are loc reducerea ponderii vânzării mărfurilor prin piețe, fapt ce se caracterizează prin creșterea ponderii vânzării mărfurilor prin unitățile de comerț de la 58,3% până la 64,7% sau o creștere cu 6,4% în ultimii 5 ani. În baza acestor date se poate prognoza o creștere a vânzărilor și în următorii ani, prioritate de creștere având vânzările cu amănuntul prin intermediul unităților comerciale sau sectorul organizat.

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

Ca indicator important în aspect social s-a analizat numărul unităților de comerț la 10 mii locuitori. În perioada analizată numărul unităților de comerț la 10 mii locuitori a crescut. În anul 2010 numărul unităților de comerț la 10 mii locuitori este de 34 unități, constituind o creștere cu 170,0% față de anul 2006. Acest indicator demonstrează că în ultimii ani s-a îmbunătățit asigurarea societății cu unități de comerț prin care se oferă servicii comerciale la un nivel mai înalt. Sunt modernizate unitățile de comerț existente, se construiesc unități noi, în care se implementează tehnologii avansate de vânzare a mărfurilor.

Prezintă interes dinamica unităților de comerț cu amănuntul pe zone în analiza infrastructurii comerțului cu amănuntul. Pentru a determina dinamica și a evalua gradul de dezvoltare a rețelei de comerț cu amănuntul pe zone ale republicii au fost selectate și analizate datele despre numărul de unități comerciale cu amănuntul în secțiunea zonelor: *nord, centru, sud* și separat municipiul Chișinău. În perioada analizată numărul magazinelor a crescut în total pe țară cu 2397 unități, iar numărul gheretelor cu 804 unități. Dacă analizăm datele despre numărul de magazine și gherete pe zone, se observă o creștere mai mare a numărului de magazine amplasate în *municipiul Chișinău* – cu 697 unități, sau o creștere cu 151,0 % față de anul 2006. În *zona centru* numărul magazinelor în perioada analizată a crescut cu 658 unități, atingând numărul de 2567 sau a crescut cu 134,5%. Deși numărul magazinelor în *zona nord* a crescut cu 728 unități, creșterea în dinamică față de anul 2006 este numai cu 130,5%. În *zona sud* și UTA Găgăuzia creșterea numărului de magazine este într-un ritm mai redus sau cu 123,1 % și 116,4%. Rezultă că în ultimii cinci ani, în aspect numeric, magazinele s-au dezvoltat mai mult în *municipiul Chișinău* și în *zona centru*, pe când *zona sud* rămâne în urmă în ceea ce privește dezvoltarea rețelei de magazine.

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

Tabelul 1. Analiza dinamicii și structurii deținătorilor de patente de întreprinzător

Indicatori	2010				2011				Modificarea (+, -)	Dinamica (%)
	Total	Eliberate	Valabile	Pondere, %	Total	Eliberate	Valabile	Pondere, %		
Total deținători de patente	30197	15547	14650	100	27187	11385	15802	100	-3010	90,0
Total patente comerț	17997	9125	8872	59,6	16412	6935	9477	60,4	-1585	91,2
Comerțul cu amănuntul la tarabe, tejghele, tonete etc.	17845	9043	8802	59,1	15624	6478	9146	57,5	-2221	87,6
Comerțul cu produse alimentare și mărfuri ușor alterabile autohtone	152	82	70	0,5	788	457	331	2,9	+636	5,2 ori
Alte activități	12200	6422	5778	40,4	10775	4450	6325	39,6	-1425	88,3

În dinamică numărul deținătorilor de patente în comerț în perioada analizată constituie 91,2% comparativ cu anul 2010. Totodată, se observă o creștere a deținătorilor de patente care comercializează produse alimentare autohtone în gherete cu respectarea condițiilor de păstrare și asigurarea calității mărfurilor de la 152 patente în anul 2010 până la 788 patente în anul 2011.

Din cadrul indicatorilor calitativi pentru analiza infrastructurii se pot evidenția:

- coeficientul de mecanizare și automatizare a operațiilor comerciale,
- gradul de implementare a tehnologiilor comerciale moderne,
- eficiența utilizării suprafeței comerciale a magazinelor.

Analizând eficiența utilizării spațiilor comerciale atât în localitățile urbane, cât și în cele rurale, precum și volumul vânzărilor cu amănuntul ce revine la un metru pătrat de spațiu comercial, constatăm că în anul 2006 volumul vânzărilor cu amănuntul realizat în cadrul unităților comerciale *a constituit 2,5 mii lei/m² de suprafață* comercială. Pe parcursul anilor acest indicator *a crescut în medie până la 2,9 mii lei/m²*, în timp ce cel realizat de unitățile comerciale din localitățile rurale este în medie de *1,2 mii lei/m² anual* sau numai 1/3 din media pe țară (Tabelul 2).

Tabelul 2. Volumul vânzărilor de mărfuri cu amănuntul la 1 m²

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

În baza analizei repartizării volumului de vânzări cu amănuntul și cu ridicata pe zone teritoriale ale țării se atestă o dezvoltare neproportională a comerțului în anii 2006-2010. **Zona centru** împreună cu mun. Chișinău deține o pondere de peste 65%, iar celelalte zone doar 35%.

Coresponderea edificiilor comerciale cerințelor arhitecturale, tehnologice reprezintă alt indicator calitativ al analizei infrastructurii comerciale. În scopul eficientizării activităților desfășurate, întreprinderile comerciale trebuie să urmărească construcția unor tipuri uniforme de magazine și dotarea lor cu mobilier și utilaje comerciale tipizate, care permit standardizarea activităților și gestionarea unitară a întregii rețele comerciale. Din punct de vedere al construcției, organizării și profilării rețelei comerciale este necesar de avut în vedere: sortimentul mărfurilor comercializate, formele de vânzare practicate, capacitatea unității comerciale, numărul lucrătorilor comerciali, nomenclatura, mărimea și tipul mobilierului și utilajului comercial folosit. De asemenea, se recomandă ca unitățile comerciale din zonele centrale ale localităților și din centrele comerciale ale ansamblurilor de locuințe să fie astfel grupate, încât să creeze așa-numitul concept de străzi comerciale.

În cadrul infrastructurii comerciale cu amănuntul, trebuie incluse și spațiile de parcare și celelalte spații de natura serviciilor comerciale care acționează în spațiul unităților comerciale cu amănuntul așa ca: ghișee bancare; de asigurări; telefonice; spații de joacă și de odihnă pentru copii; săli video-cinema etc.

Actualmente este important de a analiza și conceptul de urbanism comercial care este definit ca o categorie economico-socială care îmbină urbanismul cu organizarea și amplasarea rețelei comerciale în scopul creării unui mediu optim de viață. În această situație principalii factori luați în considerație la îmbunătățirea infrastructurii și la stabilirea arhitecturii comerciale în municipii, orașe, raioane, sate sunt: analiza segmentelor de cumpărători ce vor fi deserviți, puterea lor de cumpărare, atracția și gravitația comercială a localității, intensitatea deplasării populației dintr-o zonă în alta în vederea efectuării cumpărăturilor, structura socioprofesională de bază a segmentelor de cumpărători, preferințele de consum. Reieșind din cele expuse, menționăm că sectorul comerțului se confruntă cu problema dezechilibrului în amplasarea și dezvoltarea infrastructurii comerciale între localitățile rurale și cele urbane. Analizele efectuate demonstrează că în localitățile rurale lipsesc unități de colectare a produselor agricole, unități de prestări servicii, reparații, mentenanță etc. În acest context agenții economici din mediul rural trebuie să fie susținuți de stat prin acordarea creditelor preferențiale pentru investirea în infrastructura comercială, inclusiv acordarea unor facilități la procurarea terenurilor pentru construcția propriuzisă cu toate construcțiile adiționale de logistică, deschiderea cantinelor sociale, modernizarea piețelor agricole.

Analiza dezvoltării unui sistem de distribuție se bazează pe criterii cantitative și calitative: densitatea comercială; gradul de concentrare și de organizare a punctelor de vânzare; importanța mărcilor proprii atât ca pondere în totalul produselor comercializate, cât și ca cotă de piață; ponderea serviciului de auto-servire în totalul vânzărilor de produse de consum; dezvoltarea serviciilor oferite clienților: service post-vânzare, credite oferite consumatorilor, livrarea produselor la domiciliu; mărirea și tipul investițiilor alocate activității de comunicare.

Există o diferență foarte mare între sectorul distribuției în Republica Moldova și cel din țările europene dezvoltate, în țara noastră comerțul cu amănuntul continuând să evolueze în ritm mult mai lent în comparație cu celelalte țări din Europa Centrală și de Est. În toate țările pentru care există date disponibile, serviciile de distribuție dețin o pondere însemnată în activitatea economică. Ponderea variază de la circa 8% din PIB în țări ca Germania sau Irlanda până la circa 20% din PIB în țări ca Rusia, România; mai mult de 17% din valoarea adăugată și circa 22% din forța de muncă la nivel comunitar: 20% în SUA și 40% în Danemarca și Islanda din totalul întreprinderilor. În Republica Moldova comerțului îi revine ponderea de 12,8% în formarea PIB, 15,4% - în formarea valorii adăugate brute, 20,7% - în ocuparea forței de muncă și 40,9% din numărul total de întreprinderi (a. 2010).

Sistemul de comercializare cu amănuntul autohton are ca principale caracteristici: caracter fragmentat, predominarea comerțului tradițional, apariția noilor forme de comerț cu amănuntul. Caracterul fragmentat derivă, pe de o parte, din dimensiunea unităților existente și, pe de altă parte, din gradul de concentrare al proprietății. Există numeroase unități de mici dimensiuni, cum ar fi: chioșcuri, buticuri, mici magazine, sistemul de distribuție fiind dominat de micii intermediari. În prezent gradul de concentrare este redus, numărul lanțurilor de magazine de mari suprafețe este destul de mic. Totuși, în ultimii ani, au început să se dezvolte supermarketurile, centrele comerciale, mall-urile, astfel apariția noilor forme de comerț fiind o altă caracteristică a comerțului cu amănuntul în Republica Moldova.

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

către detailiștii străini. Astfel în anul 2006 pe piața internă a pătruns rețeaua străină Fourchette, în anul 2008 - Foxtrot (Ucraina). În afară de unitățile nou create, multe magazine au fost restructurate și denumite „supermarketuri” (exemplul supermarketului „Nr. 1”, reconstruit în baza magazinului alimentar central). Astfel formula de distribuție de tip „supermarket” a promovat o nouă imagine în comerțul cu amănuntul prin lanțuri de magazine ca: Green Hills Market, Fidesco, Linella, IMC-Market, Nr. 1 – în domeniul alimentar și Maximum, Bomba, Alina Electronic, Bosch - în domeniul nealimentar.

În anii 2007 -2008 rețelele de magazine care până atunci s-au dezvoltat cu precădere în mun. Chișinău, din cauza saturării pieței, întetirii concurenței, insuficienței de mari teritorii în perimetrul capitalei, au inițiat penetrarea piețelor regionale (Green Hills Market, Fidesco, Fourchette, Alina Electronic ș.a.).

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

În anul 2010 rețeaua de magazine Nr.1 deschide primul *hypermarket* din țară, cu suprafața totală de 6,5 mii m². Dezvoltarea comerțului cu amănuntul în format hypermarket este o tendință mondială, în Republica Moldova însă acest format de magazine se dezvoltă cu întârziere din cauza, după cum afirmă specialiștii, dimensiunilor mici ale piețelor locale.

Anchor Grup (România) a inaugurat în anul 2008 primul *mall* din Republica Moldova (70000 m², din care 25000m² suprafață închiriabilă). În același an SHAN LIAN INTERNATIONAL GROUP deschide Megapolis Mall – centru comercial și de distracții cu suprafața de 30000 m².

La frontiera dintre comerțul cu amănuntul și cel cu ridicata s-a dezvoltat formula *cash&carry*. Ca magazine de tip cash&carry în republică activează din anul 2004 grupul Metro, Republica Moldova fiind a 27-a țară în care liderul internațional în această formulă de comerț își desfășoară activitatea. În prezent în republică există 3 magazine Metro (Chișinău 1, Chișinău 2, Bălți).

Formula de distribuție prin magazine de tip *discount* este în faza incipientă de dezvoltare și este prezentă în Republica Moldova prin rețelele de magazine „Пятёрочка” (Rusia) și “Uni Market” (rețea locală de magazine). De menționat că magazinele de tip discount au un mare potențial de extindere, în condițiile în care piața (în special cea regională) are încă o capacitate mare de absorbție. Prin prețurile mici pe care le oferă, magazinele discount au șansa de a deveni o componentă majoră a sistemului de comercializare cu amănuntul, evoluție favorizată de puterea mică de cumpărare a unei mari părți a populației.

Specialiștii apreciază că în prezent și în viitorul apropiat cele mai perspective formate de comerț cu amănuntul în republică sunt supermarketurile și magazinele de proximitate. Deși supermarketurile au apărut primele, în timp, poziția dominantă a fost ocupată de magazinele de proximitate. Anume acest format de magazine este astăzi cel mai dezvoltat în profil regional.

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

I etapă (1991-1995). În această perioadă comerțul era realizat prin intermediul chioșcurilor, buticurilor, magazinelor mixte și piețelor; apare concurența în domeniu.

II etapă (1995-2004). În etapa dată apar și se dezvoltă supermarketurile, rețelele de magazine, centrele comerciale; se dezvoltă concurența între supermarketuri, rețele de magazine.

III etapă – din 2004 până în prezent. Începând cu anul 2004 în piața internă pătrund operatorii străini (Metro, Fourchette, Foxtrot, Пятёрочка) și se dezvoltă formatele mari de magazine; concurența se desfășoară între diferite formate de comerț.

În mediul rural unitățile de comerț sunt mult mai reduse ca număr și dimensiune, lupta de concurență desfășurându-se, aici, între micii comercianți independenți și magazinele cooperăției de consum.

În aceste condiții, de importanță majoră este problema competitivității unităților de comerț, care este condiția supraviețuirii, consolidării și prosperității pe piață a entităților, indiferent de genul de activitate. Sporirea competitivității unităților de comerț va influența competitivitatea sectorului comerțului, care, la rândul său, va contribui la dezvoltarea economică și socială a țării.

De menționat, totodată, că măsurile vizând întărirea competitivității comerțului și dezvoltarea spiritului întreprinzător constituie axa centrală a politicii Uniunii Europene față de comerț. De altfel, întreaga construcție a politicii în domeniu se sprijină pe ideea că asigurarea pe termen lung a contribuției comerțului la bunăstarea cetățenilor și la prosperitatea economiei este posibilă numai prin creșterea competitivității sectorului comerțului.

Infrastructura comerțului modern nu poate fi dezvoltată fără a dezvolta și subsectoarele conexe: prestări de servicii, reparații, mentenanță etc. De aceea se impune agenților economici care creează rețele comerciale, să asigure consumatorii cu unități (ateliere) de prestare a serviciilor de mentenanță și reparații în locul de cumpărare sau în apropierea unității comerciale. Prin intermediul unei infrastructuri comerciale moderne se pot asigura condiții favorabile pentru păstrarea mărfurilor, pentru deservirea consumatorilor, dar și condiții de muncă bune pentru personalul comercial.

Modernizarea infrastructurii unităților de comerț influențează asupra competitivității și eficienței unităților comerciale. De aceea este necesar de a elabora proiecte noi și de a construi sau reconstrui magazinele existente, de a efectua dotarea unităților de comerț cu utilaj și tehnologii moderne.

Dezvoltarea infrastructurii comerțului contribuie la avansarea nivelului economic în ansamblu, de aceea trebuie analizat experiența țărilor dezvoltate, necesitățile și posibilitatea de atragere a tehnologiilor noi în domeniul comerțului cu amănuntul din Republica Moldova.

Creșterea numărului de magazine și altor unități de comerț cu amănuntul va contribui la crearea numărului locurilor de muncă și creșterea veniturilor populației, inclusiv în sectorul rural.

Bibliografie:

1. *Anuarul statistic al R. M. 2006-2011*. Disponibil: [http:// www.statistica.md](http://www.statistica.md)
2. *Anuarul statistic al R. M.* Disponibil: <http://statbank.statistica.md/pxweb/Database/RO22%20COM/COM01/serii%20anuale.asp>
3. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.111 din 01.02.2007 „Cu privire la aprobarea strategiei de susținere a dezvoltării comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2007-2009”. Disponibil: [http:// www.justice.md](http://www.justice.md)
4. Inspectoratul Fiscal de Stat principal. *Informația privind numărul deținătorilor de patente de întreprinzător pe anii 2010-2011*.
5. http://www.statistica.md/public/files/publicații_electronice/Raport_trimestrial/Raport_2010.pdf
6. http://www.statistica.md/public/files/publicații_electronice/aspecte_nivelul_trai/Aspecte_Nivelul_Trai_2010.pdf

LOCUL, ROLUL ȘI PROBLEMELE REALIZĂRII INFORMATICE COMPLEXE INTEGRATE A PROCESĂRII INFORMAȚIILOR DE EVIDENȚĂ ECONOMICĂ

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

Are specified the notions of the economic evidence, its transformation and processing, as well as general classification and content. Also, are established its place, role, interconnections and interactions of this evidence with other economic informative subsystems.

Starting from the composition and structure of the unitary process of economic evidence, are revealing the categories of the procedures and operations of this process, the succession of their achievement, current situation, ways and prospects of their integral informatics achievement.

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

Introducere

Deși în prezent la majoritatea utilizatorilor finali, în special, la contabili, s-a creat impresia, precum că lucrările de evidență economică sunt pe deplin realizate în mod informatic, realitatea confirmă faptul că multe din ele se găsesc în stare incipientă. Astfel de situație este caracteristică, mai cu seamă, pentru etapele primară și de utilizare a informațiilor examinate.

În legătură cu astfel de constatare, de importanță majoră devin problemele stabilirii locului, rolului și realizării informatice depline a procesării tuturor informațiilor evidenței economice în mediul sistemului managerial economic unitar.

Conținut

Accentuarea problemelor în cauză este condiționată în primul rând de cunoașterea locului, rolului, interconexiunilor și interacțiunilor informațiilor de evidență economică cu celelalte varietăți de informații de așa categorie. În acest sens, cu luarea în considerare a principiului motivației și perioadei de formare (obținere) a valorilor unităților informaționale în raport cu evoluția proceselor materiale toate informațiile economice se divizează în următoarele două grupe mari:

- 1) informații ce precedă activitățile materiale economice;
- 2) informații ce succedă aceste activități.

Ambele grupe de informații au un caracter funcțional, așa cum ele deservește anumite funcții de gestiune economică. Compozițional, prima grupă include informațiile de normare, reglementare și previziune a posibilităților preocupări materiale. La rândul său, informațiile de normare conțin unități informaționale cu valori primare și cu valori generale, întâile fiind formate pentru componentele tehnologice elementare (acțiune, operațiune), iar secunde – pentru aceleași componente, dar de ordin constitutiv (subetapă, etapă, proces).

În ceea ce privește informațiile reglementative, acestea vizează conținutul tehnologic, constructiv și administrativ.

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

informațiile de reglementare tehnologică se referă la perindarea efectuării oricărei lucrări , reglementarea constructivă – la ordinea strictă de asamblare a oricărei unități constructive constitutive (nod, cuplare, produs finit), pe când cea administrativă – la componența executorilor, obligațiunile lor, resursele alocate și termenele îndeplinirii lucrărilor.

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

De regulă, raza reflectorie a informațiilor de previziune operativă include dimensiuni cum ar fi: locul de muncă , brigada, subdiviziunea (sector, secție), uneori și unitatea economică materială (întreprinderea, organizația). Informațiile de planificare curentă și periodică se referă la unitatea economică materială și episodic – la unitatea organizatorică de această categorie. Informațiile de prognostic, de regulă, au raza de reflectare în limitele unității economice organizatorice (firma cu potențial economic esențial, subramura, ramura, economia națională).

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

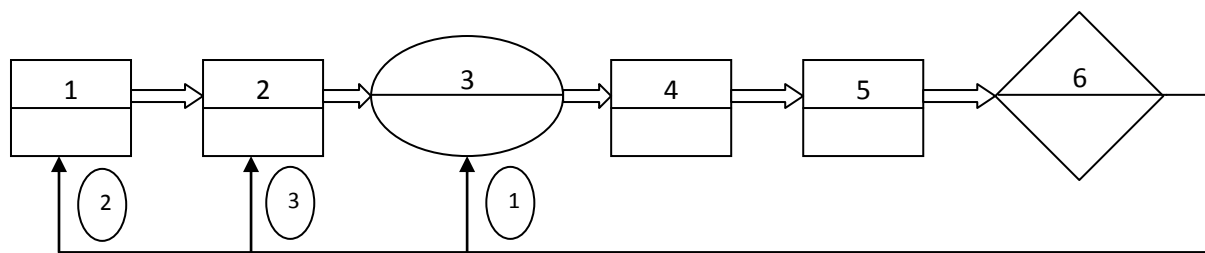
Grupa a doua de informații constă din cele de evidență și de analiză economică, care după componența razelor spațiale și temporale sunt identice cu cele din grupa întâi. Mai mult ca atât, și după structura compozițională a unităților informaționale, ele în fond le reproduc pe cele precedente. Așa situație este justificată de logica imperativă a analizei economice, prima etapă a cărei se reduce la contrapunerea valorilor indicatorilor de evidență cu valorile celor de previziune sau normare și reglementare. Contrapunerea se efectuează cu scopul determinării dimensiunii devierii (diferenței) dintre valorile unităților informaționale ale ambelor grupe, pentru ca mai apoi să fie stabiliți factorii ce au provocat - o și ponderea influenței fiecăruia din ei.

De menționat că atât imperativul, cât și componența informațiilor de previziune, normare și reglementare predetermină și compoziția informațională a evidenței economice.

În dependență de situația desfășurării fenomenului material, informațiile grupelor elucidate pot să-și schimbe poziția. Așa, în cazul, când astfel de fenomen se găsește în stare incipientă, deci, se preconizează de a fi realizat (pus în funcțiune), așa intenție poate să se producă numai după formarea informațiilor de normare și reglementare, precum și de previziune. Totodată, dacă fenomenul material este în plină desfășurare, astfel fiind îndeplinit de multiple ori, numai după formarea valorilor informaționale de evidență și analiza lor pot fi formulate, luate și realizate valorile unităților decizionale.

Interpretarea grafică a acestor două variante privind logica succesiunii formării (obținerii) varietăților de informații funcționale economice este prezentată în figura 1.

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



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

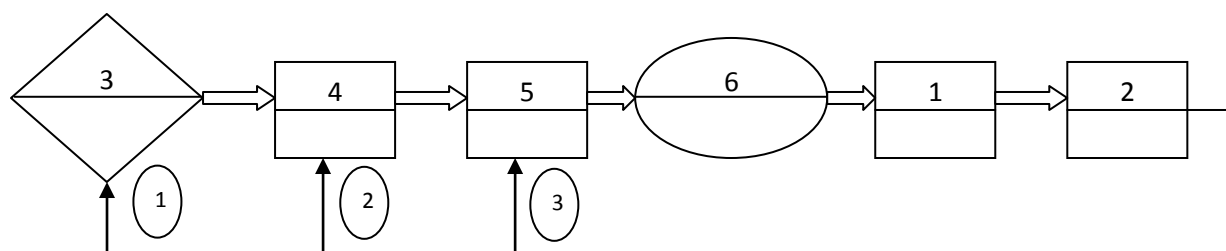


Figura 1. Prezentarea grafică a variantelor succesiunilor posibile de obținere a valorilor informațiilor funcționale economice

Schema variantei 1 demonstrează că în cazul când procesul material este nou și se preconizează de a fi inițiat pentru prima dată se solicită ca mai întâi să fie determinate componenta și calculate valorile indicatorilor de normare și reglementare (1), pentru ca ulterior prin mijlocirea acestora să fie calculate valorile indicatorilor de previziune (2). Conform celor din urmă, se pun în funcțiune procesele materiale (3), iar rezultatele funcționării lor sunt stabilite grație obținerii informațiilor de evidență economică (4). Disponând de informațiile ce au determinat evoluția previzibilă (1,2) și de facto (4) a procesului material (3), pot fi obținute informațiile de analiză economică (5), în cadrul căreia se formulează deciziile respective (6). Ultimele influențează direct mersul activităților materiale (1) și conduc în primul rând la revizuirea (corectarea) valorilor indicatorilor de normare și reglementare (2) și recalcularea în această bază a celor de previziune (3), conform cărora în noua variantă evoluează procesele material (3).

Cea de-a doua variantă a schemelor elucidate confirmă faptul că în cazul depistării în stare funcțională (îndeplinire de multiple ori) a proceselor materiale, mai întâi se formează informațiile de evidență economică (1), deoarece informațiile de N.R. (4) și PR. (5) au fost obținute la etapa inițierii lor, ele de acum există. În așa situație sunt create toate condițiile de a efectua analiza economică, produsele informaționale ale căreia vor servi drept bază de formulare a deciziilor (3), corectare a lor (1) și a valorilor informațiilor de normare și reglementare (2), precum și de previziune (3), iar prin intermediul lor – și a proceselor materiale (6).

În baza analizei efectuate, putem deduce că informațiile de evidență economică permanent se formează după ce s-au încheiat etapele de funcționare a procesului material, care poartă caracter pur informativ (descriptiv), ocupând o poziție intermediară între procesele materiale și cele decizionale. De fapt, în îmbinarea acesteia cu alte varietăți de informații contribuie la formarea (obținerea) valorilor informațiilor de analiză economică, formularea deciziilor respective și corectarea informațiilor precedente activităților materiale economice.

Așadar, orice informație cu un vădit conținut descriptiv, ce reflectă evoluția anterioară a obiectului (procesului), se consideră a fi una de evidență. Dacă informația se referă la procesele de

producție, distribuție (comercializare) și consum a bunurilor materiale și spirituale, ea este una preponderent economică.

Noțiunea de evidență economică este una generalizatoare și înglobează câteva tipuri de evidență: primară, operativă, contabilă și statistică (Figura 2).

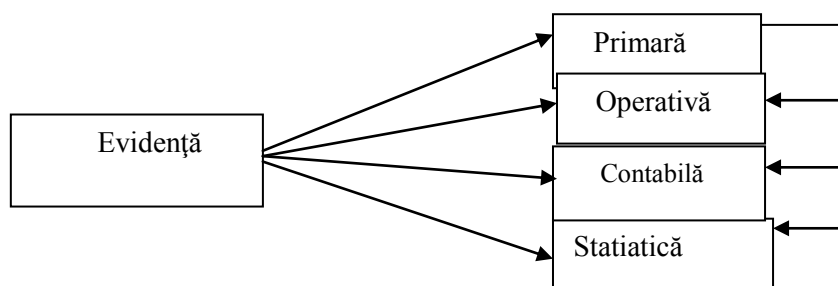


Figura 2. Structura compozițională a evidenței economice

La baza fabricării produselor informaționale operative, contabile și statistice stau datele inițiale, obținute în cadrul evidenței primare. Numai că modalitățile de culegere și sistematizare a lor sunt diferite.

Din punct de vedere procesual, evidența economică include procedurile și operațiunile eșalonate în ordinea prezentată în Fig.5

Orice proces managerial, inclusiv și cel economic, are loc în baza multiplexelor interconexiuni și interacțiuni organice produse între componentele a trei compartimente esențiale, cum ar fi: material, informativ și decizional. Realizarea lor se produce prin intermediul îndeplinirii anumitor funcții în diverse raze spațiale și regimuri temporale de funcționare a lor.

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

Totodată, la nivel de formă organizatorică, care vizează activitățile materiale (unitate economică, subramură, ramură, economie națională), evoluția celor din urmă este posibilă numai prin intermediul coordonării lor la distanță în diverse termene temporale de lungă durată. Din acest motiv, în cadrul acestor unități distincte se manifestă caracterul discontinuu (întrerupt) al activităților materiale economice.

Desigur, orice activitate fie materială sau informațională, dispune de anumită intermitență, așa cum ea este realizată prin descompunere în diverse componente, poziționate într-o anumită succesiune. Însă, la cele efectuate în cadrul fiecărui loc de muncă sau subdiviziune razele spațiale și temporale sunt atât de reduse, încât convențional se poate constata continuitatea lor. În așa situație și necesitățile informaționale informative și decizionale sunt destul de limitate, așa cum acțiunile (operațiunile) se produc grație capacităților fizice ale subiectului prin monitorizare vizuală nemijlocită și reacțiune materială în baza ei, conform anumitor instrucțiuni de efectuare a lucrării.

Dacă activitățile materiale dispun de caracter diferit în depindere de nivelul realizării lor (la cel inițial - continuu, la cele derivate (superioare) - discontinuu), atunci cele informaționale,

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

Modalitatea îndeplinirii activității (continue sau discontinue) își pune amprenta pe aspectul informatic de realizare a ei. Așa, în cazul celei continue sunt necesare mijloace tehnice ce ar opera cu unități fizice, care ar pune în funcțiune sau ar stopa un anumit proces, pe când pentru cea discontinuă e caracteristică implicarea mai multor resurse în îmbinare, interacțiunea cărora are loc de la caz la caz.

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

Astfel de variantă de tratare solicită inversarea orientării invenției, implementării și funcționării informatice a sistemului managerial economic. Esența acestei inversări constă în aceea că dacă inițial și, deseori, și actualmente mai întâi are loc invenția mijloacelor tehnice și metodelor tehnologice (organizatorice), apoi se determină domeniul concret de aplicare eficientă a lor, atunci la moment se impune necesitatea elaborării și aplicării acestor mijloace și metode în baza parametrilor cantitativi și calitativi ai domeniului respectiv. Așadar, politica tehnică informatică trebuie să fie direcționată nu de la mijloace și metode - spre domeniul de aplicare al lor, dar, invers, de la domeniu - spre necesități în mijloace și metode de punere în acțiune și funcționare permanentă a acestui domeniu. Cu atât mai mult că evoluția tehnicii informatice tot mai evident confirmă faptul majorării flexibilității ei în sens de adaptare la orice sferă de utilizare.

De aceea situația existentă și perspectiva apropiată solicită mai întâi stabilirea componentei lucrărilor proprii domeniului de activități, obiecte și resurse gestionate cu toate valorile parametrilor cantitativi și calitativi, în baza cărora se efectuează gestiunea lor.

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

Schema în cauză în mod evident demonstrează complexitatea extremă și globalitatea imensă a componentei fiecărui compartiment și stadiu de lucrări cu ramificații diverse pronunțate, mai cu seamă, referitor la cele materiale. Ca urmare, modalitatea de abordare a lor trebuie să fie de ordin sistemic, iar tratarea lor – de ordin conceptual.

Pentru a confirma aceasta situație e suficient de enumerat acele operațiuni (lucrări) ce sunt proprii numai compartimentului informațional informativ, așa cum cele material și decizional sunt individualizate de fiecare resursă, obiect sau activitate reală. Din această cauză elucidarea conceptuală a acestor două compartimente (material și informațional) nu poate fi atât de elocventă. De pe aceste poziții, transformarea informațiilor, ca și organizarea și structurarea lor, dispune de aceleași aspecte de elucidare – funcțional și informatic. Conform celui dintâi, ea se realizează în trei etape principale: apariție („naștere”), prelucrare („dezvoltare”) și utilizare („deces”) sau tranziție de la valori informative la valori decizionale ale informației. Interconexiunea și succesiunea realizării acestor etape schematic și la general sunt prezentate în figura 4.

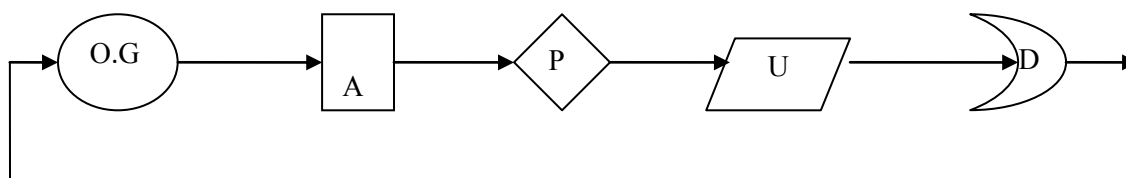


Figura 4. Componenta și interacțiunea etapelor principale de transformare a informațiilor economice:

O.G. – obiect gestionat; A – etapa apariției (obținerii) unităților informaționale informative inițiale (primare, elementare, intermediare); P – etapa prelucrării lor; U – etapa utilizării produselor informaționale; D – decizii.

În depindere de varietatea funcțională și parametrii concreți informațiile economice parcurg diverse etape și procese de transformare în diversă succesiune. Însă, pentru majoritatea din ele sunt caracteristice etapele și operațiunile transformativ prezentate în fig. 5

Din ea e evident că „nașterea” informațiilor are loc în baza identificării (evidențierii) caracteristicilor, ori schimbărilor în obiectele gestionate prin măsurări și socotiri. Așa cum unitățile informaționale primare și inițiale își formează valorile la un nivel de gestiune economică (cele de evidență și normare – la nivel inferior; cele de previziune – la nivel superior), iar prelucrarea valorilor lor – la o mulțime de alte nivele, există necesitatea memorizării lor prin înregistrare pe diverse suporturi (manuale, tehnice). Astfel de necesitate este motivată, de asemenea, și de însemnătatea lor economică, gestionară și juridică, care poate fi valorificată în diverse raze spațiale și temporale.

Concomitent cu fixarea pe suport, se produce codarea și multiplicarea valorilor unităților informaționale inițiale. Prima lucrare (codarea) este provocată de specificul mijloacelor și metodelor informatice de prelucrare a datelor, măcar că nu e exclus ca ea să fie efectuată uneori și în mediul prelucrării manuale, din cauza prezentării mult mai economice a informațiilor, valorile cărora frecvent sunt aplicate. Totodată, multiplicarea se produce în cazurile utilizării concomitente a valorilor unora și acelorași unități informaționale în mai multe locuri de mai mulți utilizatori, în diverse termene temporale.

Atât extracția, cât și înregistrarea valorilor informațiilor inițiale se efectuează descentralizat, pe când prelucrarea lor, de regulă, are loc în mod centralizat. Pe lângă aceasta, locul prelucrării acestor valori se găsește la anumită distanță de locurile formării lor. Din acest motiv extracția și înregistrarea sunt succedate de transmiterea valorilor unităților informaționale inițiale de la locul formării la locul prelucrării lor, cu această operațiune finalizându-se lucrările de „dobândire a materiei prime” – de obținere a unităților informaționale cu valori primare și inițiale, care și constituie baza formării tuturor informațiilor cu valori derivate.

Totodată, informațiile primare și inițiale transmise nu se prelucrează deodată, pentru un anumit termen fiind stocate și de aceea e necesară organizarea păstrării lor. De menționat că operațiunea examinată se referă nu numai la informații cu valori variabile, dar și la cele cu valori relativ constante, ultimele necesitând păstrare îndelungată din motive juridice și intenții strategice.

Așa cum nu toate informațiile sunt supuse prelucrării simultan, se impune regăsirea numai a celor necesare la moment. Ulterior prelucrării structurale și de calcul are loc perfectarea rezultatelor obținute în forma accesibilă pentru utilizatorul final, ceea ce se efectuează, de asemenea, prin înregistrare. Multiplicarea este motivată de aceleași circumstanțe ce și în cadrul operațiunii cu aceeași denumire, aparținente primei etape, iar decodarea – de prezentarea datelor (unităților informaționale fizice (informatice)) în unități informaționale funcționale, sesizate și conștientizate de utilizator. În final, unitățile informaționale derivate (rezultative) într-un anumit

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

Însă, și la această etapă nu toate informațiile deodată sunt supuse analizei și de aceea preliminar e necesar să se efectueze asupra lor aceleași operațiuni, ce și la etapa a doua, legate de organizarea stocării, păstrării și regăsirii lor. Fiind regăsite, valorile unitățile informaționale prin contrapunerea valorilor unităților informaționale aparținente diverselor subsisteme de gestiune în diverse combinații, cum ar fi, cele de evidență se contrapun cu cele de previziune, sau cele de evidență - cu cele de normare etc. În cazul depistării anumitor devieri formate în rezultatul acestor comparații, se determină componența factorilor ce au contribuit la ele și, respectiv, au influențat activitățile materiale economice, ponderea fiecăruia din ei în valoarea generală (totală) a devierii.

În baza stabilirii componenței factorilor (motivelor) de influență și a ponderii lor în devierea depistată, în continuare se determină acțiunile, participanții și resursele necesare pentru a nu mai admite în viitor sau pentru a susține tendința caracterizată de deviere în termenul precedent, perioada de realizare a acțiunilor și metodelor (procedeele) de verificare a calității și plenitudinii îndeplinirii acțiunilor preconizate. Toate aceste activități și constituie conținutul primei etape de inițiere a managementului, care se reduce la formularea și luarea deciziilor. Odată cu realizarea acestei etape se produce „erupția” informațiilor decizionale de la cele informative în cadrul procesului unitar de gestiune, ori așa zisa transformare a informației informative în cea decizională

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

În așa mod, la etapa inițială se obțin valorile primare sau inițiale, la cea de prelucrare – valorile derivate (intermediare, rezultative) ale unităților informaționale informative, pe când la etapa a treia se creează baza formării unităților informaționale decizionale.

De menționat, de asemenea, că la prima etapă are loc „nașterea” informației informative, așa cum în cadrul ei se formează cele mai elementare valori ale unităților informaționale informative, la etapa a doua – „dezvoltarea” ei, grație extinderii razelor spațiale și temporale de reflectare (descriere), obținută în consecința prelucrării informaționale, structurale și de calcul a datelor primare (inițiale), iar la cea de a treia etapă – „decesul” ei, deoarece în rezultatul analizei valorilor unităților informaționale informative, de regulă, de ordin derivat, se formulează și se iau deciziile necesare, în continuare refuzând de informațiile informative și conducându-ne de cele decizionale. Din cauza caracterului probabilistic (mai cu seamă, din punct de vedere a exactității) al activităților materiale economice, permanent există necesitatea de a „dobândi” valori noi ale unităților informaționale, a le prelucra, a obține în rezultatul acestei prelucrări produsele informaționale informative solicitate, care în final vor fi supuse analizei și în baza celei din urmă se vor formula și selecta unități informaționale decizionale. necesare, sunt supuse analizei. Această ultimă operațiune informativă se realizează mai întâi prin contrapunerea valorilor unităților informaționale aparținente diverselor subsisteme de gestiune în diverse combinații, cum ar fi, cele de evidență se contrapun cu cele de previziune, sau cele de evidență - cu cele de normare etc. În cazul depistării anumitor devieri formate în rezultatul acestor comparații, se determină componența factorilor ce au contribuit la ele și, respectiv, au influențat activitățile materiale economice, ponderea fiecăruia din ei în valoarea generală (totală) a devierii.

În baza stabilirii componenței factorilor (motivelor) de influență și a ponderii lor în devierea depistată, în continuare se determină acțiunile, participanții și resursele necesare pentru a nu mai admite în viitor sau pentru a susține tendința caracterizată de deviere în termenul precedent, perioada de realizare a acțiunilor și metodelor (procedeele) de verificare a calității și plenitudinii îndeplinirii acțiunilor preconizate. Toate aceste activități și constituie conținutul primei etape de inițiere a managementului, care se reduce la formularea și luarea deciziilor. Odată cu realizarea

acestei etape se produce „erupția” informațiilor decizionale de la cele informative în cadrul procesului unitar de gestiune, ori așa zisa transformare a informației informative în cea decizională

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

În așa mod, la etapa inițială se obțin valorile primare sau inițiale, la cea de prelucrare – valorile derivate (intermediare, rezultative) ale unităților informaționale informative, pe când la etapa a treia se creează baza formării unităților informaționale decizionale.

De menționat, de asemenea, că la prima etapă are loc „nașterea” informației informative, așa cum în cadrul ei se formează cele mai elementare valori ale unităților informaționale informative, la etapa a doua – „dezvoltarea” ei, grație extinderii razelor spațiale și temporale de reflectare (descriere), obținută în consecința prelucrării informaționale, structurale și de calcul a datelor primare (inițiale), iar la cea de a treia etapă – „decesul” ei, deoarece în rezultatul analizei valorilor unităților informaționale informative, de regulă, de ordin derivat, se formulează și se iau deciziile necesare, în continuare refuzând de informațiile informative și conducându-ne de cele decizionale. Din cauza caracterului probabilistic (mai cu seamă, din punct de vedere a exactității) al activităților materiale economice, permanent există necesitatea de a „dobândi” valori noi ale unităților informaționale, a le prelucra, a obține în rezultatul acestei prelucrări produsele informaționale informative solicitate, care în final vor fi supuse analizei și în baza celei din urmă se vor formula și selecta unități informaționale decizionale.

Prin urmare, într-un anumit moment decade necesitatea în anumite unități informaționale informative și de aceea ele sunt supuse „decesului”, concomitent solicitându-se formarea altor noi valori informaționale ce descriu evoluția activităților (obiectelor) în cadrul perioadei precedente.

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

Astfel de abordare impune necesitatea elaborării și aplicării unui așa șir de mijloace tehnice, care ar realiza automat fiecare din lucrările ce se conțin în schemă. Însă, mai există și o altă cale de realizare informatică a compartimentului examinat. Ea se reduce la înglobarea într-un singur mijloc tehnic a posibilităților efectuării automate a tuturor procedurilor informaționale și structurale și a operațiilor de calcul.

Până când, în prezent se observă un anumit succes a celei de a doua căi, obținut prin crearea și utilizarea calculatoarelor cu așa dispozitiv, cum este, modem-ul, ce permite de a îndeplini funcția nouă de schimb de date la distanță. Predominarea uneia din aceste două căi depinde de performanțele științelor naturale (fizica, chimia, biologia ș.a.), de nivelul aplicării acestor performanțe în domeniul informațional economic și de progresul tehnico-științific.

Nivelul actual și perspectiva practică vizibilă a evoluției acestor științe condiționează bazarea strategiei realizării informatice a sistemului managerial economic pe efecte electrice, care asigură atât fiabilitate, cât și flexibilitate performantă acestui sistem în mediul material de funcționare a lui. Conform acestei orientări, apogeul strategiei în cauză va fi atins în așa situație, când soluționarea problemelor informaționale se va produce prin intermediul modelelor fizice, biologice, chimice, etc. ele (aceste modele), eliminând multe interfețe existente sub formă de resurse informaționale, matematice, programate și tehnologice interne.

Aceeași varietate compusă de activități informaționale economice, de asemenea, indică necesitatea revizuirii noțiunii generale de "tehnică de calcul", sub care, de obicei, se subînțelege orice mijloace tehnice implicate în procesul unitar informațional economic, și înlocuirea ei cu termenul de "tehnică informatică", care, în opinia noastră, este mult mai adecvată (coerentă).

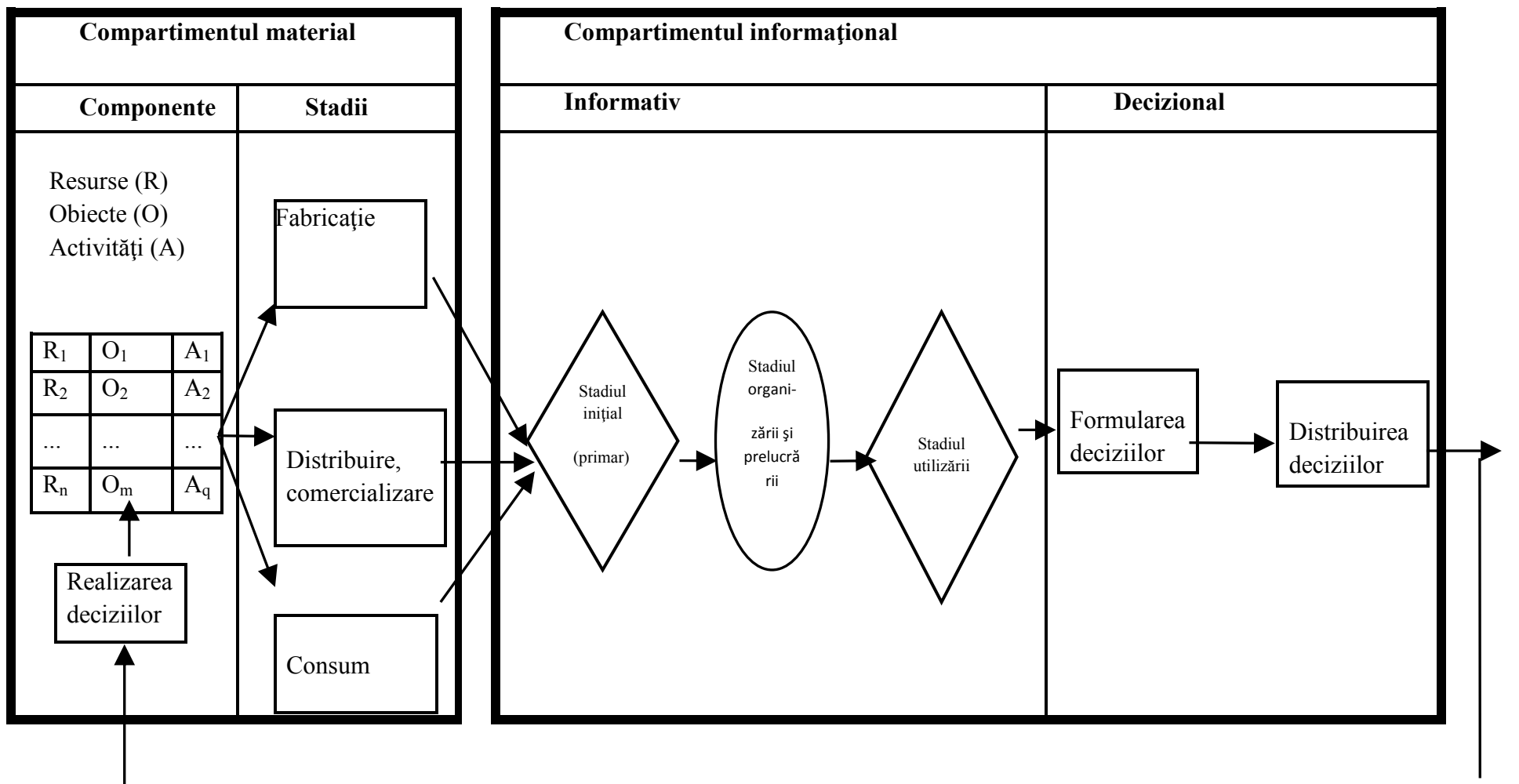


Fig. 3. Componenta și succesiunea realizării stadiilor sistemului managerial economic unitar

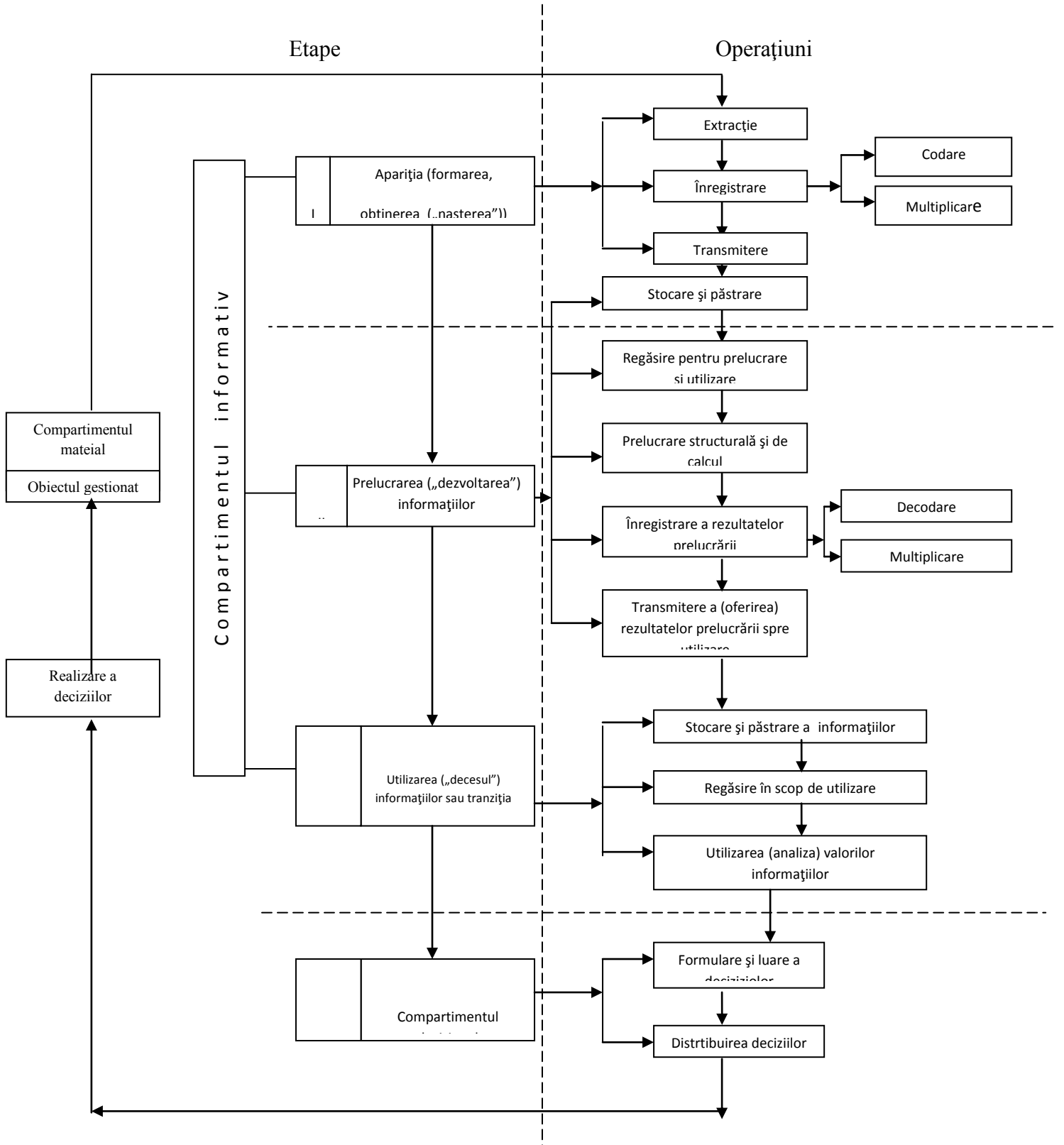


Fig. 5. Componenta și conținutul operațional al etapelor transformării informațiilor informative economice (aspectul funcțional).

Concluzii

Experiența acumulată până în prezent și tezele teoretice formulate actualmente referitor atât la activitățile informaționale, cât și la cele materiale, permit evidențierea următoarelor tendințe și direcții generale ale realizării informatice a sistemului managerial economic:

- 1) perfecționarea bazei tehnice a acestui sistem pe următoarele direcții:
 - a) extinderea capacităților funcționale ale mijloacelor tehnice;
 - b) utilizarea cât mai intensă și masivă a elementelor constructive performante și a efectelor proceselor fizice (chimice, biologice, etc. ș.a.) moderne în construcția acestor mijloace;
 - c) miniaturizarea maximă a gabaritelor tehnicii informatice cu extinderea concomitentă continuă a „capacității” soluționării problemelor informaționale economice;
 - d) facilitarea optimă a accesului funcțional al utilizatorilor de orice categorie la mijloacele în cauză prin intermediul simplificării definitive a exploatării lor;
- 2) modernizarea tehnologiilor de fabricare a mijloacelor tehnice informatice în baza unificării permanente a elementelor constructive și asamblării lor prin metoda de conveier;
- 3) elaborarea continuă a conceptelor și aplicarea oportună a formelor progresive de funcționare a sistemului informatic managerial economic, acordând prioritate factorului tehnic comparativ cu cel organizatoric, ultimul anterior fiind predominant, iar actualmente și în viitor - decăzut în totalitate;
- 4) realizarea informatică deplină și complexă (interconexată) a tuturor stadiilor funcționării sistemului managerial economic, ceea ce contribuie la:
 - a) construirea cât mai rațională și la majorarea conștientizării acestui sistem;
 - b) aducerea în concordanță deplină a proceselor informaționale cu cele materiale prin asigurarea coordonării organizării și efectuării lor distribuite;
 - c) automatizarea majorității activităților economice grație realizării informatice a conexiunilor informaționale dintre ele;
 - d) încărcarea maximă cu lucru a mijloacelor tehnice informatice;
- 5) orientarea științelor clasice spre aplicarea rezultatelor investigațiilor obținute în cadrul lor în domeniile invenției, elaborării, implementării și funcționării tehnicii informatice;
- 6) pregătirea intensivă, științific argumentată, aprofundată și adecvată activităților de perspectivă a viitorilor specialiști necesari pentru diverse domenii ale informaticii economice;
- 7) constituirea formelor progresive și formarea ramurilor științifice noi în domeniile elaborării, implementării și funcționării sistemelor informatice manageriale economice (S.I.c.M.E.).

Cunoașterea aprofundată și deplină a aspectelor strategiei realizării informatice a activităților manageriale economice, precum și a tendințelor și direcțiilor generale ale evoluției performanțelor acestei realizări va contribui la crearea și funcționarea adecvată a unui sistem informatic integrat de fabricare a produselor materiale, informative și decizionale de ordin economic cu eficiență funcțională esențială.

Bibliografie:

1. Leahu, Tudor. *Organizarea, structurarea și transformarea informațiilor sistemului managerial economic*. Monografie. Chișinău: CEP USM, 2009, 421 p.
2. Ляху, Ф.С. *Экономическая информация: организация, структура и преобразование*. Кишинёв: Контабилсервис, 1966, 220 p.

CULTURA PLANIFICĂRII CARIEREI

*Postică Maia, dr., conf. univ.,
Universitatea de Stat din Moldova*

*Graur Elena, dr., conf. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

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

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

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

(Ralph Emerson)

Comportamentul uman este orientat în funcție de anumite constrângeri și forțe, cele mai importante fiind atitudinile, iar orice modificare de atitudine implică o schimbare de comportament și joacă un rol esențial în cadrul situației de comunicare manager-angajat, fiind un aspect determinant al climatului rațional, influențând decisiv calitatea relației stabilite. Schimbarea atitudinii depinde de o bună informare și oferire de dovezi în favoarea modificării. Astfel, angajatul trebuie motivat în prelucrarea informației, urmând apariția schimbărilor de atitudine și, ulterior, și de comportament al acestora. Comportamentul uman este dictat nu doar de atitudine (față de obiecte, lucruri, situație), ci și de convingeri (generale, specifice, semnificative și neesențiale), de valori (terminale și instrumentale).

Trecerea la noua societate informațională implică schimbarea viziunii vis-a-vis de abordarea comunicării organizaționale și prelucrarea informației. Acest lucru este indispensabil și inevitabil, mai cu seamă, în țările ex-sovietice, inclusiv în Republica Moldova, unde situația este destul de precară la acest capitol. Managerii trebuie să fie dotați cu un șir de dexterități ca: calitatea de a identifica și realiza obiective strategice de comunicare internă și externă; capacități privind determinarea priorităților pentru a-și organiza mai eficient activitatea comunicațională; elaborarea și implementarea strategiilor de comunicare și persuasiune eficientă a angajaților; aptitudini de a forma și dezvolta abilități de comunicare persuasivă etc., care necesită o activitate creativă și analitică. Menționăm că într-o economie centralizată și cu caracter directiv interesul față de comunicare a fost mereu aproape de limita zero.

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

Ce putem face acum sau azi?

La etapa actuală, când pe fundalul obținerii autonomiei și liberalizării economiei reale au loc schimbări tehnologice, politice și economice, problemele ce țin de muncă, relațiile de muncă, contractele colective de muncă, distribuirea veniturilor, asigurarea socială, șomajul, funcționarea și instituționalizarea pieței muncii ș.a. sunt imperativele de bază ale întregii Europe, inclusiv și ale societății moldovenești.

Anume salariile mici, datoriile salariale, reducerea nivelului de trai, precum și inflația sunt factori de bază, care pot destabiliza situația social-economică din țară. De aceea, politica salarizării trebuie să fie unul din elementele principale ale politicii social-economice a statului, stimulul principal pentru munca productivă și, prin urmare, pentru creșterea nivelului de producție. Din aceste considerente trebuie să se facă eforturi susținute în ceea ce privește reabilitarea funcțiilor de reproducere și de stimulare ale salariatului, iar aceasta, la rândul său, solicită o gestionare corectă a timpului și a efortului depus. Reformele economice și structurale din ultimii ani au avut impact negativ și asupra evoluției proceselor de pe piața muncii. Perioada actuală poate fi caracterizată printr-o reducere considerabilă a indicatorilor ocupaționali și creșterea ponderii populației inactive.

Implementarea politicilor și strategiilor de comunicare eficientă în managementul organizațional din Republica Moldova se află într-un stadiu incipient, comunicarea are un caracter defectuos din cauza birocrăției excesive, din care motiv managerii nu stăpânesc informații reale și operative. Pe de altă parte, ei sunt invadați de rapoarte și dări de seamă interminabile, altele se ciocnesc de un sistem rigid de comunicații.

O problemă destul de importantă rămâne a fi și modificarea viziunii față de relațiile dintre manageri și subordonați, care trebuie să fie etice, umane, indiferent de poziția ierarhică, căci managementul transformărilor presupune un grad înalt de flexibilitate, ce permite supraviețuirea în condițiile unui mediu deosebit de dinamic, un feedback continuu, pentru a depista chiar din start posibilele discrepanțe.

Mulți manageri sau conducători din Moldova fac tot posibilul să aplice modelul de dirijare american sau european și își imaginează că sunt niște „macio”. Însă, în consecință, acest model se dovedește a fi inefficient, deoarece fiecare persoană are capacitățile sale, o putere interioară, pe care poate s-o utilizeze pentru obținerea unor rezultate mai performante.

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

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

Timpul reprezintă bunul nostru cel mai de preț. Analizând gestionarea lui într-un mod organizat, putem înțelege metodele cele mai eficiente de a-l folosi atât la serviciu, cât și după. Orice persoană trebuie să știe să-și gestioneze timpul, indiferent dacă este acasă sau la serviciu. Ordinea în care se îndeplinesc sarcinile influențează ce și cât obține de la viață. Unii oameni își pot gestiona timpul mai bine, având o zi de muncă mai productivă și modalități mai atrăgătoare de petrecere a orelor de după program.

Perceperea asupra timpului și a folosirii lui variază de la o țară la alta. Adeseori diferențele se reflectă în numărul mediu al orelor de muncă, importanța punctualității sau timpul rezervat activităților în voie. Dacă urmează să lucrați peste hotare, trebuie să fiți pregătiți să vă adaptați la practicile și la programul angajaților din țara respectivă. Atitudinea noastră față de timp

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

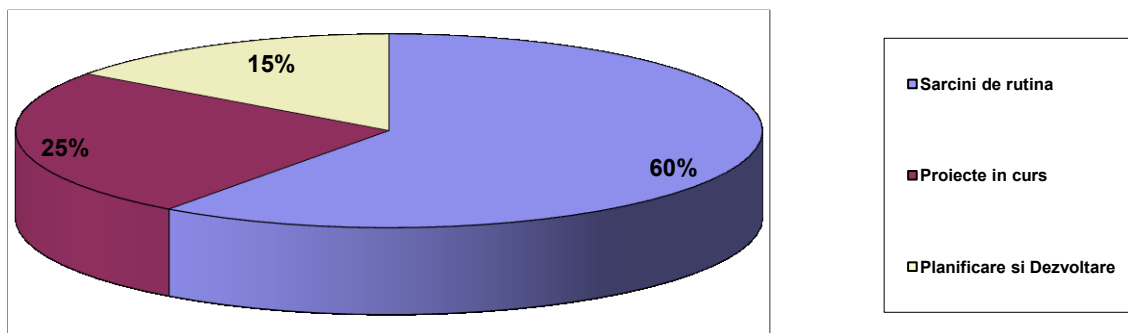


Figura 1. Repartizare ideală

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

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

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

Asemenea întrebări pot fi aplicate în cazul multor gestiuni și decizii pe care le luăm pe parcursul înființării și susținerii unei afaceri. Și atunci când știm care este viziunea noastră într-un moment sau altul, putem mai ușor să răspundem la aceste întrebări. Dacă nu v-ați articulat viziunea sau nu ați reevaluat-o anual, ați luat o cale greșită sau chiar accidentată. Henri Ford spunea: „Dacă nu vă gândiți la viitor, el pentru dumneavoastră nici nu va exista”. Însă având o viziune, veți avea o sursă importantă de inspirație pentru dumneavoastră și echipa pe care o dirijați.

Mulți proprietari, manageri și lideri recunosc că lipsa de timp reprezintă principala lor provocare-cheie. Dat fiind faptul că toți oamenii au același timp la dispoziție, percepțiile noastre despre lipsa de timp nu țin de timpul în sine, ci de modul cum îl folosim, cum privim chestiunile legate de timp și echilibru. Pentru multe persoane anume aici ar găsi oportunități de dezvoltare a măiestriei sau de accentuare a unui nou impuls de creștere. Ca și majoritatea oamenilor, proprietarii de afaceri au un număr mare de responsabilități și probleme, ce se „luptă” mereu pentru atenția lor. Unii par dezordonați, ceea ce le afectează totul de la punctualitate la rapiditatea cu care răspund la apelurile telefonice sau la e-mail-uri.

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

Într-o lume reală, nu idealizată, există probleme care, dacă nu sunt abordate cu pricepere, contribuie la formarea convingerii că nu ai suficient timp. Acestea includ delegarea, administrarea timpului, accelerarea termenelor-limită, „convulsiile de timp” produse de rezistența la acțiunea necesară, sentimentul că felul în care îți petreci timpul nu este echilibrat în funcție de propriile priorități. O soluție eficientă ar fi combinarea practicilor filozofice sau spirituale cu strategiile mai practice de administrare a timpului. Multe persoane recurg la meditații, care le ajută să-și schimbe ritmul zilei și să găsească prioritățile reale și timp acolo unde se pare că nu există. Alte persoane au tendința de a „lupta cu focul” sau să sară din criză în criză, astfel încât nu dețin niciodată controlul asupra modului în care își petrec ziua de lucru. Cei „dependenți de criză” trăiesc pentru adrenalina stării respective și evită să delege sarcini altor persoane, care fie că sunt calificate, fie își pot dezvolta abilitățile necesare pentru a administra o parte, dacă nu toate detaliile la un moment dat. Probabil, în orice echipă există persoane care pot să-și asume responsabilități suplimentare și să echilibreze o parte din dezordinea zilei. Dacă nu le oferim ocazia, aceste persoane nu-și vor dezvolta niciodată capacitatea de a administra. Dacă însă echipa este solicitată cu adevărat la maximum, iar conducătorul și alții „luptă cu focul” ziua întregă, atunci este nevoie de verificat, dacă problema a apărut din cauza dezorganizării sau ineficienței ori trebuie de revăzut planurile de personal.

Alte probleme legate de timp includ accelerarea cronică a termenelor-limită și intrarea în criză de timp. Accelerarea termenelor-limită reduce termenul de execuție a acțiunii și neliniștește din două motive: noile termene sunt în mod inevitabil nerealiste și adaugă activități inutile la lista zilnică de sarcini. Iar aceasta dezechilibrează timpul pe termen scurt. Din fericire, abilitatea de a stabili priorități, eficiența, managementul timpului și al personalului ușor se învață.

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

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

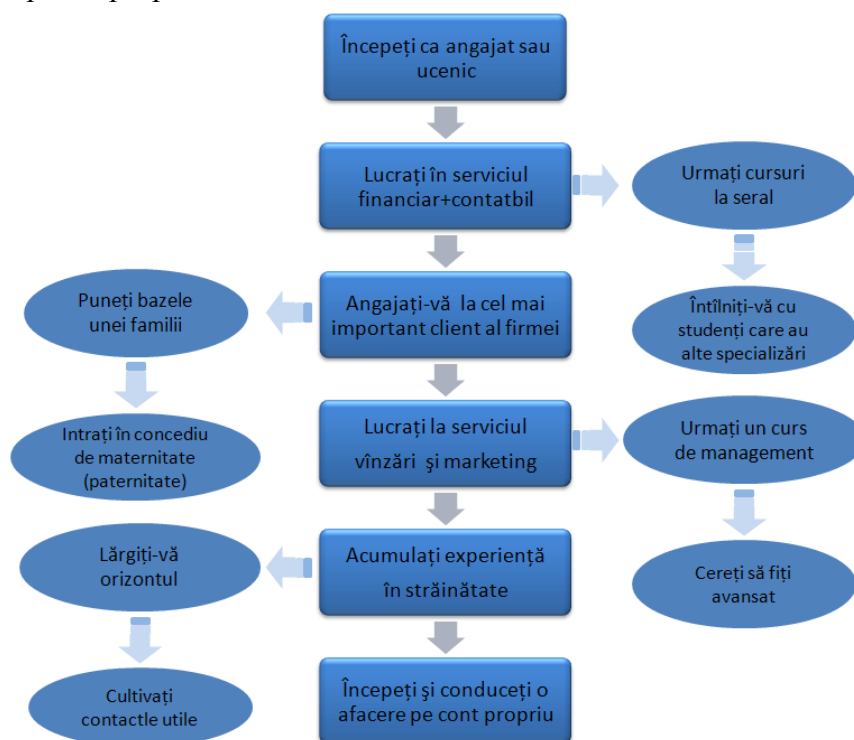


Figura 2. Diagrama vieții profesionale

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

Tip A – sarcini care sunt importante și urgente;

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

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

Dacă sunt dubii față de clasificarea unei anumite sarcini, se poate să o considerați de tip C sau nu e nevoie să-i acordați atenție. Prioritățile se schimbă, deoarece recepționăm mereu informații noi (de pe Internet, la telefon, din partea colegilor), de aceea ele trebuie reevaluate la începutul fiecărei zile, pentru a afla dacă prioritățile colegilor nu intră în conflict cu cele personale. Informațiile noi pot modifica importanța sau gradul de urgență al unei sarcini, iar câteodată se întâmplă să omiteți anumite activități de pe lista de urgențe. Timpul necesar întocmirii unui plan nu e timp pierdut, deoarece până la urmă, cu ajutorul lui, se face economie de timp.

Există puține lucruri mai stresante decât așteptările exagerate, așa că e bine să fiți realiști față de ce puteți realiza într-o perioadă de timp dată. Dacă vă angajați la un program suprasolicitat, căruia nu-i faceți față, nimeni nu are de câștigat: nici dumneavoastră, nici colegii. Învățați să vă cunoașteți limitele și nu vă asumați proiecte pe care conștientizați că nu le puteți încheia cu succes. Totodată, încercați să fiți realist referitor la așteptările de la ceilalți. Nu le cereți prea mult colegilor, veți fi nemulțumit din cauza că nu pot face ce le-ați spus, iar ei se vor demobiliza în

scurt timp și vor acuza oboseala. Când lucrează, oamenii simt uneori nevoia unei provocări și vor să încerce satisfacția unei realizări care se află puțin peste așteptările și experiența lor.

Randamentul personal variază în funcție de cum vă simțiți – energic sau obosit. Trebuie de înțeles cum arată ciclurile fizice și psihice pe care le parcurge zilnic organismul, ca să vă puteți stabili priorități exacte și să vă dozați corespunzător volumul de muncă. Notați-vă zilnic timpul când vă simțiți cel mai obosit sau cel mai odihnit și consemnați sarcinile pe care le îndepliniți atunci. Programați-vă sarcini ușoare (tip C) în refluxurile energetice.

Există sarcini diferite pentru tipuri de personalitate diferite. Ceea ce dumneavoastră vi se pare o povară (abordarea unui client dificil), altuia i se poate părea o provocare savuroasă. Nimeni nu are de câștigat de pe urma îndeplinirii cu forța a sarcinilor neplăcute, așa că e bine să delegați sarcinile neplăcute ori de câte ori o puteți face. Dacă nu acceptați așa ceva atunci ocupați-vă de ele când sunteți bine dispus. Nu le amânați până la sfârșitul zilei când veți fi obosit.

Tiparele energetice individuale pot înregistra mari variații și multe întreprinderi pot adopta un program de lucru mai flexibil. Astfel, salariații își controlează mai riguros programul zilnic și folosesc mai eficient timpul muncind în perioada vârfurilor de formă fizică și psihică. Uneori e nevoie să rămâneți singur ca să vă puneți în ordine gândurile, să analizați prioritățile și să vă concentrați asupra sarcinilor urgente sau dificile. Nu vă simțiți vinovat pentru izolarea de colegi. Explicați-le că o să fiți disponibil după o scurtă perioadă de timp când nu doriți să fiți deranjat. Acest lucru e valabil îndeosebi pentru locurile de muncă zgomotoase și agitate. Încercați să vă autodisciplinați și să folosiți aceste perioade pentru abordarea constructivă a sarcinilor de tip A sau B, care vă solicită întreaga atenție. Când faceți pauză, relaxați-vă atât mintea, cât și corpul. Dacă rămâneți la birou, plecați-vă capul și închideți ochii. Așezați-vă mâinile pe coapse și respirați adânc. Planificați-vă pauzele în așa fel încât să coincidă cu perioadele când nivelul personal de energie este scăzut. Nu uitați că o persoană cu o dotare nativă medie se poate concentra intens asupra lucrului fără întreruperi doar o oră. O scurtă perioadă de liniște vă va ajuta să lucrați ulterior mai eficient.

Începutul și sfârșitul fiecărei zile de lucru sunt extrem de importante. Începeți ziua cu un mic dejun, liniștit, stând jos în timpul mesei ca să vă destindeți și să savurați mâncarea. Luați-vă o marjă de timp ca să ajungeți la serviciu fără să vă grăbiți. La sfârșitul zilei plecați de la lucru într-o stare de spirit bună. În acest fel nu veți permite greutăților de peste zi să pătrundă în viața personală. Impuneți-vă să vă relaxați și cel puțin două ore înainte de culcare nu vă mai gândiți la serviciu. Excesul de mâncăruri grele seara poate provoca insomniile, oboseală și iritare. Notați-vă toate slăbiciunile și planificați pașii pentru combaterea lor.

Timpul poate să zboare pentru unii și să stea în loc pentru alții. Atitudinea personală e cea care vă plasează în una dintre aceste categorii. Apelați sistematic la forța gândirii pozitive pentru o planificare corectă. În acest mod veți îndeplini cu ușurință chiar și sarcinile cele mai dificile.

Bibliografie:

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

ETICA ÎN AFACERI: ASPECTE METODOLOGICE DE CERCETARE

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

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

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

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

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

Procesul de globalizare, tehnologiile și tehnicile performante, relațiile de concurență, managementul proceselor de muncă cer cu insistență schimbări radicale și în relațiile de afaceri, nu în ultimul rând al aspectului lor etic.

Una din frecvențele probleme ce țin de etica relațiilor de afaceri este însăși dilema sau contradicția dintre esența eticii și esența relațiilor de afaceri. În multe afaceri vom realiza o răsfrângere a comportamentelor fundamentate de principii și norme de etică și etichetă, dar vom recunoaște existența multor afaceri, care prin esența lor sunt non etice din start. Mulți cercetători ai acestui fenomen își expun ferm poziția, subliniind că prin esența sa afacerile nu pot purta un caracter etic (Murrax D. Ethics in Organizations. London, 1997).

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

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

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

Amintindu-ne de faptele istorice, ne apar imaginile apariției gândirii filosofice. În această ordine de idei vom sublinia importanța datelor despre apariția filosofiei, oricât de paradoxal n-ar părea, concomitent, în cele trei centre ale civilizației: chineze, indiene și grecești.

Apoi dacă ne aprofundăm în cercetări, vom sublinia esența și specificul apariției primelor concepte filosofice după cum urmează:

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

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

Ținând cont de faptul ca etica este o știință despre morală, iar etica afacerilor o reflectare corectă sau incorectă a legilor și normelor eticii generale asupra activităților economice, asupra relațiilor interumane în procesul perpetuării afacerilor, asupra tuturor subiecților acestor afaceri precum angajații, clienții, persoanele juridice și fizice implicate în aceste afaceri, acționarii, creditorii, toți membrii comunității unde se realizează activitatea, ne-ar interesa mai cu seamă istoricul apariției eticii practice.

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

Logica ne subliniază existența relațiilor economice, fundament al existenței statelor.

Toate relațiile chinezilor erau supuse ritualurilor extrem de sofisticate ale așa-numitului „ceremonial chinez” care spune că „ritualul se bazează pe statornicia (mișcarea) cerului, ordinea (fenomenelor) de pe pământ și pe comportamentul poporului”; „ritualul formează temeiurile, principiile în relațiile dintre cei de sus și cei de jos, (numiți în filosofia chineză mai târziu nobile și oamenii vulgari), este baza și bătătura, băteala cerului și pământului” (citată după „Древнекитайская философия. Сборник текстов в 2-х. М., 1972-1973. Т. I. с. 86-87”).

Luăm în considerație faptul că în China antică mitologia era slab dezvoltată, iar chinezii erau pentru așa ceva extrem de practici. Din aceste considerente vom îndrăzni să presupunem că practicismul lor a și pus bazele apariției primelor cerințe etice față de relațiile economice și sociale ale acelei perioade.

Pentru a fundamenta această presupunere îl vom cita pe Confucius care sublinia că principiul de bază al apariției conținutului relațiilor dintre oameni cu o semnificație morală aparte este reciprocitatea enunțată prin renumita regulă de aur a moralității care în română ar fi expusă în felul următor: „ce ție nu-ți place, altuia nu-i face”.

Binele, frumosul și adevărul sunt reperele ideale ale omului nobil. Nobilul este calm, senin la suflet, sociabil, demn, ferm, nu cade în panică la nenorociri. El se autocunoaște, tinde spre culmi înalte, în dezvoltarea sa manifestă independență în activități și gândire, este curajos, dă ripostă necazurilor, își trăiește cu demnitate fericirea, nu ține mînie nici pe oameni nici pe cer, este calculat în vorbe și aprig în fapte, este un ideal de urmat, dorește să cunoască calea adevărată, este sincer, spune doar adevărul, este respectuos. Omul nobil pune prețul pe dreptate. Omul vulgar este antipodul nobilului și pune prețul doar pe profit.

Este clară și transparentă situația pentru a sublinia faptul că profitul este visul tuturor relațiilor de afaceri și ar fi incorect să nu ținem cont de o istorie de peste două mii de ani ale principalelor începuturi ale eticii de afaceri.

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

Dacă în gândirea filosofică orientală normele morale erau norme ale practicii cotidiene, în Grecia etica devine o disciplină filosofică de sine stătătoare grație filosofului Aristotel, care a întemeiat morală practică. Omul Moral conform concepției aristotelice este format de societate prin educație și învățătură și este un exemplu pentru toți, el este o „măsură morală” conformă tuturor.

Practicismul este o virtute morală necesară în societate, doar că înțelepciunea ca virtute a părții teoretice a sufletului rațional este mai importantă, deoarece obiect al înțelepciunii este necesarul și eternul. Înțelepciunea și cunoștințele sunt calități ale sufletului care pot genera beatitudinea supremă, culmea fericirii.

Întemeierea moralei practice este izvor binecuvântat de antichitatea greacă a eticii practice, realizată și prin etica afacerilor contemporaneității.

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

- Thales – „garantează și nenorocirea este deja pe prag”; „învață pe alții ce este binele”;
- Solon – „nimic peste măsură”;
- Biant – „marea majoritate a oamenilor sunt răi”;
- Pittak – „nu fă nimănui ceea ce nu ți-ar plăcea să ți-o facă ție”;
- Periandru – „desfătarea, satisfacția e muritoare, virtutea este eternă”; „nimic nu trebuie făcut pentru bani”;
- Hilon – „păzește-te pe tine însuși”;
- Cleobul – „măsura e mai bună decît toate”.

Analizînd conținutul lor, observăm că ele sunt reflectări ale moralei grecești timpurii în sentințe – gnome imperative departe de a fi fundamentale filosofic, dar și deosebite ca esență de expresiile folclorice proverbiale.

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

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

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

Așadar, omul, aparținînd concomitent lumii „lucrurilor în sine” și „fenomenelor”, pînă la urmă postulează, totuși, existența perfecțiunii morale după moarte.

Mai postulăm ideea existenței lui Dumnezeu din necesitatea morală ce ne este dată ca credință în existența cauzei întregii naturi.

Omul trebuie să acționeze conform conștiinței sale, dezinteresat, conform legii morale, imperativului categoric.

În etica afacerilor această cerință apare drept negare atît a motivelor și intereselor individuale și de firmă, organizație, cît și a constrîngerilor existente.

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

dar totuși, este nu numai o fundamentare teoretică a eticii, bazată pe natura umană și pe raționalitatea activităților umane, dar și un concept politic și economic, răsfrîns pe relațiile dintre clase. Este vorba despre conceptul utilitarismului de conotație filosofică și morală.

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

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

J.-S. Mill pune accentul pe două aspecte ale utilitarismului. El subliniază că consecințele și nu motivația exprimă valoarea morală a activității umane, iar efect al activității sunt virtuțile, ultimele provocînd acțiunile.

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

Orice acțiune este corectă, moral îndreptățită, dacă duce la fericirea (și plăcerea!) celor din jur. Moralitatea noastră se exprimă prin obligativitatea principiului moral al utilității – promovarea fericirii generale.

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

Dreptatea, conform concepției lui Mill, este strîns legată de respectarea unor drepturi, norme, angajamente a egalității ș.a.

Concomitent, dreptatea este o parte a utilitarismului.

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

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

Aristotel vedea două sensuri ale noțiunii ”conomie”: comerțul pentru gospodărire, pentru prosperarea oricărei societăți și comerțul pentru obținerea profitului, o activitate departe de a putea fi virtuoaasă. Cămătăria, privită de Aristotel ca o practică murdară a așa numiților ”paraziți” – angajații în activități întru obținerea profitului, s-a menținut pînă în sec. XVII.

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

Azi afacerile s-au transformat în parte și structură de bază a societății, a economiei propriuzise.

Caracteristica morală și etică a lumii afacerilor a generat apariția unui întreg sistem de valori și idealuri, virtuți aparte, neîntîlnite pînă acum sau, cel puțin, neonorate,

Capitalismul, cu cerința sa de căpătare a profitului cu orice preț și cu teza lui A. Smith ”lăcomia este bună” a justificat într-o măsură oarecare necesitatea studierii eticii afacerilor. Caracteristica afacerilor ca activitate negativă, egoistă, lipsită de virtuți, practică murdară și demnă

doar pentru robi, oameni vulgari, marginalizați și nerespectați s-a transformat treptat într-una demnă, pozitivă, morală, onorabilă etc.

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

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

Etica afacerilor devine un domeniu de cercetare academică și de activitate practică tot mai frecventă. Ea are un rol deosebit de important în formarea specialiștilor din domeniul economiilor naționale nu doar în țările cele mai avansate, ci și în cele ce abia de pășesc pe tărîmul economiilor de piață.

Și occidentul, dar și țările post-sovietice, în care în ultimele decenii ale secolului XX și în primul deceniu al secolului XXI a apărut un număr considerabil de firme și organizații private, și-au orientat politicile guvernamentale spre înțelegerea corectă a problemelor de etică în afaceri.

Ca să putem realiza succese în domeniul eticii afacerilor este necesară mai întâi de toate o înțelegere adecvată a esenței fenomenului și importanței lui pentru prosperarea socială, dar și necesitatea învățării și studierii acestui domeniu și discipline academice. Important e ca în urma acestor activități să avem ferma convingere că profitul poate fi compatibil cu moralitatea și că un business bun este cel fundamentat de o etică bună.

MECANISMUL MODELĂRII BUGETARE ÎN MODELUL DE PROGRAMARE FINANCIARĂ

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

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

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

Introducere

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

Impozitele directe pe venit și contribuțiile de asigurări sociale sunt prognozate în funcție de suma dintre veniturile salariale din sectorul neguvernamental și din sectorul guvernamental.

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

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

Celelalte taxe directe și indirecte sunt legate de inflație (sunt menținute constant la valoarea reală).

Veniturile nefiscale și veniturile de capital sunt exogene.

În ceea ce privește contul cheltuielilor guvernamentale, s-a adoptat soluția descompunerii acestora în volum și aplicarea unor prețuri corespunzătoare:

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

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

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

Logica modelării veniturilor bugetare în corelație cu indicatorii macroeconomici

Modelul de programare financiară, elaborat pe parcursul activității postdoctorale, se înscrie pe filiera teoretică tradițională a conturilor naționale fiind asemănător cu modelul FMI, dar cu o detaliere suplimentară, atât la nivelul agregatelor macroeconomice, cât și cu o concepție diferită a structurării blocurilor independente. El se bazează pe conturile naționale anuale publicate și pe datele MFP privind bugetul general consolidat și cele ale BNR privind balanța de plăți.

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

Forma schematică a corelațiilor dintre indicatorii specifici conturilor naționale și indicatorii bugetari este prezentată în continuare. Se observă o dublă condiționare între indicatorii bugetari și PIB care este fundamentat după **trei metode: a formării, a utilizării, a veniturilor**:

- Impozitele directe depind de PIB, nr. de salariați, câștigul salarial brut și de impozitele indirecte;
- Impozitele indirecte depind la rândul lor de PIB, investiții, export, cheltuieli bugetare.

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

$$PIB = VAB + IP - SP$$

VAB = Valoarea adăugată brută

IP = Impozite pe produse

SP = Subvenții pe produse

$$PIB = C + I + X - M$$

C = Consumul final

I = Formarea brută de capital

X = Exportul de bunuri și servicii

M = Importul de bunuri și servicii

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

1. Prima metodă (metoda veniturilor)

$$PIB = VAB + IP - SP$$

$$IP = TVAA + TVM + AIP$$

$$TVAA = TVA + Accize \quad \longleftrightarrow \quad \text{venituri din Buget}$$

$$TVM = Taxe vamale \quad \longleftrightarrow \quad \text{venituri din Buget}$$

$$AIP = \text{Alte impozite pe produse}$$

PIB depinde de impozitele indirecte prognozate în blocul bugetar.

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

$$VAB = PIB - IP + SP$$

$$VAB = PIB - TVAA - TVM - AIP + SP$$

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

Se definește VAB ca o funcție de PIB și veniturile bugetare TVA, Accize, Taxe vamale, în care AIP și SP sunt parametri fixați în funcție de seriile istorice, sau printr-o ecuație econometrică funcție de PIB, TVAA, TVM.

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

$$VAB = 12 \times N \times W + CASF + EBE + VAB0$$

unde

N = Numărul mediu de salariați

W = Câștigul salarial mediu brut lunar

CASF = Contribuțiile de ASS ale angajatorilor (firmelor)

VAB0 = VAB neimpozitată incluzând economia ascunsă, autoconsumul

EBE = Excedentul brut de exploatare și alte venituri mixte

Printr-o ipoteză stabilită econometric, se consideră $VAB0 = a \cdot VAB$,

a = parametru considerat țintă

astfel, se poate determina excedentul brut de exploatare:

$$EBE = (1 - a) \cdot VAB - CASF - 12 \times N \times W$$

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

$$IV = f_1(N, W)$$

$$CASF = f_2(N, W)$$

$$CASS = f_3(N, W)$$

$$IPR = f_4(EBE)$$

$$EBE = (1 - a) \cdot VAB - CASF - 12 \times N \times W$$

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

unde am notat:

IV = Impozitul pe venit

CAS = CASF + CASS = Contribuții sociale datorate de angajatori și salariați

IPR = Impozitul pe profit

2. A doua metoda (metoda cheltuielilor)

$$PIB = C + I + X - M$$

Se consideră

$$X - M = b \cdot PIB, \quad \text{cu } b = \text{parametru țintă}$$

$$C = (1 - b) \cdot PIB - I$$

$$C = CG + CP$$

$$CG = CM + SALG + ACG$$

CG = Consumul guvernamental

CP = Consumul privat

CM = Cheltuielile bugetare pentru achiziții de bunuri și servicii

SALG = Cheltuielile de personal din buget

ACG = Alte elemente de consum guvernamental neincluse în buget

Rezultatul descompunerii PIB prin metoda cheltuielilor este estimarea consumului privat (CP) în funcție de anumite cheltuieli ale bugetului general consolidat, și mai departe, în funcție de PIB și de Investiții. Pe de altă parte, consumul privat constituie baza de impozitare pentru impozitele indirecte bugetare, ceea ce va determina crearea unei bucle, cu impact asupra acestui tip de impozite în funcție de creșterea economică și de investiții.

$$CP = C - CM - SALG - ACG$$

$$CP = f_{CP}(C, CM, SALG)$$

Astfel, se definește CP ca o funcție de consumul final total și cheltuielile bugetare CM, SALG, în care ACG este un parametru fixat în funcție de seriile istorice sau printr-o ecuație econometrică funcție de C, CM, SALG.

Etapele finale ale algoritmului de prognoză conține **ecuațiile pentru deducerea impozitelor indirecte**:

$$TVAA = f_5(CP)$$

$$TVM = f_6(M)$$

$$CP = f_{CP}(C, CM, SALG)$$

$$C = (1 - b) \cdot PIB - I$$

$$M = X - b \cdot PIB$$

Exportul (X) și Investițiile (I) sunt elemente care se proiectează în perioada de prognoză în corelație cu produsul intern brut (PIB).

Schema interdependențelor dintre bugetul general consolidat și produsul intern brut descompus prin metoda veniturilor și a cheltuielilor permite construcția unui sistem minimal de ecuații pentru prognoza veniturilor bugetare. Elementele din care este compus PIB constituie bazele de impozitare pentru veniturile bugetare. Totodată, impozitele intră indirect în legătură cu componentele PIB, prin modul de definire a acestora conform conturilor naționale. Această buclă face posibilă construirea unor ecuații de prognoză în care veniturile bugetare sunt generate direct din indicatori macroeconomici exogeni, unii dintre aceștia provenind din prognoze ale modelelor econometrice, alții provenind din cheltuielile bugetare evaluate în cadrul modelului de programare financiară.

Concluzii

O caracteristică a modelului de programare financiară o reprezintă schema interdependențelor dintre bugetul general consolidat și produsul intern brut (descompus prin metoda veniturilor și a cheltuielilor), care permite construcția unui sistem minimal de ecuații pentru prognoza veniturilor bugetare. Elementele din care este compus PIB constituie bazele de impozitare pentru impozitele directe și indirecte ale bugetului general consolidat. Totodată, impozitele indirecte (TVA, Accize, Taxe vamale) intră indirect în legătură cu componentele PIB, prin modul de definire a acestora conform conturilor naționale. Această buclă face posibilă construirea unui sistem de ecuații de prognoză, în care veniturile bugetare sunt generate dintr-un

set minimal de indicatori macroeconomici exogeni, proveniți din alte blocuri ale modelelor econometrice, precum și din componente ale cheltuielilor bugetare:

- Impozitele directe depind de PIB, nr. de salariați, câștigul salarial brut și de impozitele indirecte;
- Impozitele indirecte depind la rândul lor de PIB, Investiții, Export, cheltuieli bugetare.

Indicatorii macroeconomici sunt la rândul lor influențați de măsurile fiscal-bugetare, astfel, din punct de vedere al proiecției bugetare, ne confruntăm cu efecte directe și efecte indirecte ale măsurii respective.

Bibliografie:

1. Dobrescu, E. *Macromodels of the Romanian Market Economy*. București: Ed. Economică, 2006, 326 p.
2. Dobrescu, E. *Tranziția în România. Abordări econometrice*. București: Ed. Economică, 2003, 526 p.
3. Stănică, C., *Modelarea sectoarelor instituționale în economia de tranziție*. București: Ed. BREN, 2007, 124 p.
4. Stănică, C. Macroeconomic forecasting with a SAM model for the Romanian economy. Part I – Main features of the model. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 2004, nr. 5 (1), p. 92-96.
5. Stănică, C. Macroeconomic forecasting with a SAM model for the Romanian economy. Part II – Equations of the model”, *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 2004, nr. 5(3), p. 66-73.
6. Voineagu, V., Lilea, E., *Statistică Economică*, Ed. a 2-a rev. București: Ed. Tribuna Economica, 2004.

CALITATEA - COMPONENTĂ A STRATEGIILOR DE MARKETING ÎN DOMENIUL EDUCAȚIEI

*Gherasim Daniel, dr., conf. univ.,
Universitatea „George Bacovia” din Bacău, România*

Most international universities have very well structured and efficient marketing curricula. A simple public relations program is insufficient; it can be constituted only into a starting base in elaborating a marketing plan. Through public relations the university can create and maintain favourable opinions, but they lack support if the “products” offered do not respond to the true needs and desires of the public aimed. The educational marketing presupposes the elaboration, the development and the continuous adaptation of some specific study programs as a response to the requirements of different segments of clients, and also the use of some communication and motivation techniques specifically to the chosen segments. On the long run, the educational marketing develops links with the process of strategic planning of the university.

Key words: *educational market, higher education programs, marketing guidelines, "educational" products providing, the adoption of long-term strategies, educational services, marketing, public relations program.*

Cunoașterea înseamnă putere, această expresie devenind un leitmotiv și orice ființă umană, orice organizație, orice sistem își doresc să fie puternice. Universitățile răspund acestei nevoi de cunoaștere print-o ofertă cu totul specială pe piața educațională, programe de studii superioare diverse, pentru domenii particulare de activitate ale oricărei economii. Ar fi firească, în acest caz, adoptarea unei orientări de marketing din partea acestor instituții: oferirea unor “produse” educaționale (specializări) variate, care să răspundă nevoilor “clienților” (studenți, iar în sens mai larg și firme), în condiții avantajoase pentru ambele părți (forme de învățământ, orar, examinare, recunoaștere, motivare etc.), comunicarea ofertant-universitate—client-student, adoptarea unor strategii pe termen lung pentru formarea imaginii dorite de către fiecare universitate, ca și pentru obținerea încrederii, a unui sprijin moral și financiar din partea altor instituții și a opiniei publice. Există însă dificultăți în adoptarea unei astfel de orientări, provenind din domeniul extern (legislație, reglementări, insuficienta implicare a clienților), dar mai ales din interiorul instituțiilor (necunoaștere, mentalități, inerție, indiferență și lipsă de motivare).

Concurența tot mai pronunțată din acest domeniu al serviciilor educaționale (înființarea unui mare număr de universități, facultăți, colegii de stat și private după 1989), ca și creșterea gradului de conștientizare a relațiilor practicate de după absolvire de către studenți, constituie deja primele semnale ce ar trebui să ducă la o adevărată orientare de marketing a universităților.

Marea majoritate a universităților vestice, în special cele de renume au programe de marketing foarte bine structurate și eficiente. Un simplu program de relații publice este insuficient, el putându-se constitui doar într-o bază de plecare în elaborarea unui plan de marketing. Prin relații publice universitatea poate crea și menține opinii favorabile, dar ele sunt lipsite de suport dacă “produsele” oferite nu răspund adevăratelor nevoi și dorințe ale publicului vizat. Marketingul educațional presupune elaborarea, dezvoltarea și continua adaptare a unor programe de studii specifice, ca răspuns la cerințele diferitelor segmente de clienți, precum și folosirea unor tehnici de

comunicare și motivare specifice pentru segmentele alese. Pe termen lung, marketingul educațional dezvoltă legături cu procesul de planificare strategică al unei universități (facultăți).

Pentru o instituție de învățământ superior procesul de elaborare a unui program de marketing presupune parcurgerea unor etape specifice planificării strategice (analiza pieței, stabilirea obiectivelor organizației, definirea ofertei, dezvoltarea programelor) și marketingul strategic (definirea misiunii pe piața vizată, determinarea variabilelor de marketing mix, elaborarea tacticilor specifice, punerea în practică a acestora, evaluarea și corectarea). Extrem de importantă este analiza pieței, care are în acest caz un caracter și mai complex decât pentru o firmă cu caracter productiv. Ea presupune o analiză a situației economice generale din țara respectivă, cu o prognoză a unor viitori posibili, analiza detaliată a cererii de forță de muncă de pe piață și o estimare a evoluțiilor posibile ale acesteia, identificarea cerințelor și dorințelor diferitelor segmente de clienți prin cercetări de marketing (sondaje de opinie în rândul studenților actuali, în rândul absolvenților, în rândul viitorilor candidați potențiali, reuniuni de grup).

Odată identificate, nevoile din economie pentru domeniul educațional respectiv, profitul clienței și principalele nevoi și dorințe ale acesteia, pot fi elaborate și puse în practică programe de studii corespunzătoare; acest lucru este posibil, bineînțeles prin luarea în considerare a resurselor de care dispune instituția respectivă, o importanță aparte revenind celor umane.

Definirea *produsului-serviciu* oferit pe piața educațională presupune stabilirea profilelor și specializărilor de studiu, a planurilor de învățământ pe fiecare specializare, a programei analitice pentru fiecare disciplină, la modulul de desfășurare a cursurilor, seminariilor și laboratoarelor, a manierei de evaluare a studenților, a modulului de desfășurare a diferitelor examene, concursuri etc. Toate aceste componente ale politici de produs trebuie urmărite, evaluate și adaptate în permanență, pentru a răspunde realităților economice-sociale.

Prețul (taxe de înscriere, de repetare a unor examene, tarife etc.) este un element de marketing mix important în strategiile de marketing ale universităților occidentale, dar extrem de puțin utilizat de către universitățile românești. El poate constitui atât un element constitutiv al imaginii unei instituții, cât și o bază în selecția clienței (la admitere și pe parcursul desfășurării procesului educațional, cu o importanță hotărâtoare asupra întregii activități a instituției respective).

Distribuția serviciilor educaționale privește în special localizarea instituțiilor de învățământ (clientul fiind cel care vine spre firmă, atras de valoare și imagine), dar și oferirea unor cursuri de specializare la sediul unor firme sau propunerea de locuri de muncă pentru absolvenți.

Comunicarea unei instituții de învățământ trebuie să se realizeze atât cu clienții actuali, cât și cu cei potențiali (viitoarea "materie primă"), dar și cu mediul extern (diferite comunități, sponsori, opinia publică) (element cu o importanță sporită în cazul instituțiilor din sfera educației). Comunicarea cu clienții potențiali presupune oferirea unor informații cât mai complete cu privire la serviciile oferite și condițiile de obținere a acestora; clienților actuali trebuie să li se ofere informații privind activitatea curentă (număr de cursuri și examene, condiții de examinare și promovare, serviciile opționale și auxiliare) disponibile; clienților indirecti (cei ce vor folosi forța de muncă pregătită de instituțiile de învățământ) li se oferă informații privind categoriile de specialiști disponibili pentru angajare și privind eventualele cursuri postuniversitare și de specializare de scurtă durată organizate pentru cei ce lucrează deja; opiniei publice trebuie să-i fie comunicate informații generale, de prezentare a instituției, dar și speciale, cu ocazia unor evenimente deosebite din viața instituției. Realizarea tuturor acestor obiective de comunicare presupune o corelare a acțiunilor în domeniul publicității și relațiilor publice.

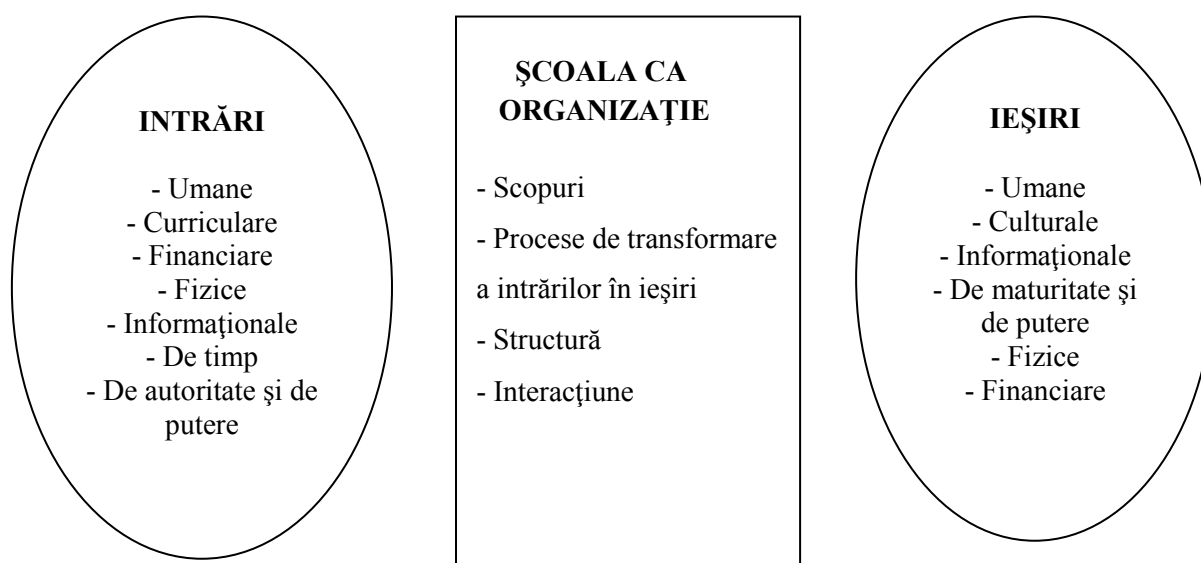
Elementul uman are, pentru instituțiile de învățământ, o importanță aparte. Pentru acest domeniu particular, un interes deosebit prezintă maniera de evaluare a cadrelor didactice (ca o componentă a elementului implicare umană din mixul de marketing educațional), atât prin prisma reglementărilor instituționale, cât și din perspectiva studenților. Pentru a evita apariția dezinteresului și neimplicării, această evaluare ar trebui să aibă un caracter permanent. La fel de importantă este și existența unei strategii de recrutare și promovare a cadrelor didactice.

Pe măsura intensificării concurenței și creșterii exigențelor publicului consumator, devine necesară urmărirea și influențarea imaginii instituției de învățământ superior, ca un demers sistematic, continuu. Principalele avantaje ale unui astfel de sistem de management al imaginii unei instituții ar fi (H. Barich și Ph. Kotler – A Framework for marketing Image Management, Sloan Management Review, 1991):

- Identificarea adevăratei imagini a instituției pentru diferite segmente de clienți și pentru publicul larg;
 - Detectarea în timp util a elementelor nefavorabile ce ar putea influența negativ imaginea instituției;
 - Identificarea punctelor tari și slabe ale instituției în raport cu principalii concurenți;
 - Remodelarea unor activități, îmbunătățirea ofertei instituției;
 - Detectarea acelor acțiuni care au puterea de a influența în sens pozitiv imaginea instituției;
- O activitate de marketing educațional cu adevărat eficientă poate fi desfășurată numai prin îmbinarea unor elemente de marketing la nivel micro (universități, facultăți) cu politici de marketing la nivel macro (stat, minister).

Universitatea - furnizor de calitate în educație

Organizația reprezintă o colecție structurată pe resurse umane și non-umane dirijate spre atingerea unor finalități prestabilite. Astfel, ea constă, în esența din scopuri, structura (de comunicare, decizionale, de raportare, de roluri, de putere) și interacțiuni (relații rezultate efectiv în cadrul sistemului).



Privind școala din perspectiva sistemică, principala ei funcție este de a transforma *input-urile* – *intrările* (elevii, profesorii, cunoașterea și valorile culturale, resursele financiare etc.) în

ieșirile- output-urile dorite (rezultatele educației școlare, oameni educați cu noi informații și cunoștințe, noi valori, alte elemente culturale, chiar produse și bani).

Întreaga structură este subordonată misiunii organizaționale, care este educația. Pentru aceasta managerul îndeplinește funcțiile manageriale în cadrul domeniilor funcționale prin care sunt atinse finalitățile organizaționale (proiectul, organizarea, conducerea operațională, controlul).

Calitatea educației este ansamblul de caracteristici ale unui program de studiu și ale furnizorului acestuia, prin care sunt satisfăcute așteptările beneficiarilor, precum și standardele de calitate.

Asigurarea calității educației exprimă capacitatea de a oferi programe de educație, în conformitate cu standardele enunțate. Asigurarea calității în educație este un demers dinamic ce presupune implicare și responsabilizare, pe de o parte, precum și gândire strategică și control, pe de altă parte, transpus în practică prin descentralizare. În vederea asigurării calității în educație este necesară existența unor cadre didactice având experiență și pregătire temeinică, care doresc să se implice în procesul de predare-învățare, să fie buni organizatori, conectați permanent la schimbările mediului în care își desfășoară activitatea.

Problema necesității, conceperii, punerii în practică, dezvoltării și urmăririi unui program de marketing educațional este extrem de complexă. Ne vom limita la prezentarea unor aspecte ale unui caz concret, "Facultatea de Management Marketing" a Universității "George Bacovia".

Abordarea unui program de marketing nu este posibilă fără o evaluare a organizației respective. Analiza succintă a situației "Facultății de Management Marketing" relevă principalele sale puncte tari și slabe care, corelate cu oportunitățile și amenințările din mediu, pot constitui baza de plecare în determinarea oportunităților strategice ale facultății. Din păcate, aproape toate aceste puncte tari sunt relative, multe dintre ele (notate cu *), putându-se constitui în slăbiciuni în anumite circumstanțe. Este necesar să menționăm că o mare parte a rezultatelor acestei analize este valabilă pentru toate facultățile cu profil economic din România.

a) Puncte tari (forțe):

- ✓ Recunoașterea oficială a instituției;
- ✓ Baza materială existentă;
- ✓ Calificarea personalului*;
- ✓ Existența unui savoir-faire în domeniu*;
- ✓ Bună pregătire teoretică și de cultură generală oferită studenților;
- ✓ Finanțarea asigurată a activităților de învățământ*;
- ✓ Localizarea în Bacău pentru regiunea Moldovei;
- ✓ Tradiția*;
- ✓ Infuzia de personal tânăr, adesea posesor al unei pregătiri aparte prin beneficierea de burse de studii la universități occidentale.

b) Puncte slabe (slăbiciuni):

- ✓ Insuficiența personalului, încărcarea lui exagerată cu număr de ore de predare, deprecierea calității activității didactice și de cercetare;
- ✓ Ruptura dintre generații, datorită politicii de recrutare dinainte de 1989, de unde dificultăți de cooperare, agravate de atitudinea unei părți a vechii generații față de noii angajați (preparatori și asistenți);
- ✓ Lipsa motivației pentru îmbunătățirea activității didactice;
- ✓ Lipsa motivației pentru efectuarea unor activități de cercetare;
- ✓ Rigiditatea față de schimbările de mediu;

- ✓ Nesesizarea și nefructificarea oportunităților perioadei de tranziție parcurse de România;
- ✓ Reticența și chiar ostilitatea față de schimbare;
- ✓ Poziția negativă față de posibilitatea procurării unor fonduri prin activități proprii;
- ✓ Necorelarea pregătirii teoretice a studenților cu cerințele practicii economice;
- ✓ Slaba diferențiere și orientare a specializărilor facultății, de unde dificultatea poziționării acestora pe piața educațională;
- ✓ Maniera pregnant mecanicistă a procesului de predare, care nu lasă libertate de gândire și acțiune a studenților, pregătindu-i în special pentru a îndeplini sarcini și nu pentru a-și asuma responsabilități și a decide;
- ✓ Ignorarea unor segmente de piață-inexistența unor programe de studii profesionalizate, specializate;
- ✓ Inexistența unei culturi organizaționale, agravată de tensiunile interne (intra-departamentale) și de lipsa oricăror preocupări pentru conturarea unei astfel de culturi;
- ✓ Lipsa unei orientări strategice (pe termen lung).

c) *Oportunități:*

- ✓ Noua orientare și dezvoltare economică a României (necesitatea pregătirii specialiștilor pe domenii ale științelor de gestiune);
- ✓ Cererea mare de diplome sau cursuri specializate în științe de gestiune, determinată de reorientarea spre domeniul afacerilor a unor absolvenți ai instituțiilor de învățământ tehnic, de cooperările în cadrul unor societăți mixte și de nevoia de cunoștințe a micilor întreprinzători;
- ✓ Nevoia de consultanță în domeniul științelor de gestiune din partea firmelor privatizate sau de stat;
- ✓ Poziția specială a învățământului superior economic și de gestiune (activitatea de formare și cea de cercetare) într-un sistem economic aflat în tranziție, care oferă posibilitatea influențării și chiar creării cererii;
- ✓ Programele de asistență derulate prin Uniunea Europeană și alte organisme internaționale, posibilitatea utilizării experienței în domeniu a universităților occidentale.

d) *Amenințări:*

- ✓ Dificultăți financiare ale economiei românești;
- ✓ Poziția față de învățământ, reflectată în fondurile acordate și politica salarială în instituțiile de învățământ;
- ✓ Intensificarea concurenței, prin apariția unui număr de facultăți de științe economice private și altor modalități de oferire a unor studii specializate sub forma unor cursuri de scurtă durată;
- ✓ Concurența neloială realizată de o parte semnificativă a personalului didactic al facultății;
- ✓ Evoluția extrem de lentă și uneori în direcții neprevăzute a mentalităților societății românești;
- ✓ Insuficienta conștientizare a problemelor de către diversele categorii de public;
- ✓ Insuficienta maturitate și tendința spre comoditate a publicului consumator (studenți);
- ✓ Pierderea unor posibilități de cooperare pe termen lung cu instituții occidentale similare;
- ✓ Pierderea “startului” și “ritmului” de evoluție.

Plecând de la aceste constatări, marketingul educațional trebuie să continue analiza și să propună căi de acțiune pentru a determina o schimbare a atitudinii și comportamentului cadrelor didactice, pentru a adapta structura instituției și pentru a îmbunătăți imaginea acesteia. Primul pas necesar este o anchetă pe bază de chestionar, care să vizeze câteva segmente distincte de public: studenții (clienții actuali), cadrele didactice (personalul de contact), liceenii (clienții potențiali), economiștii (foști și posibili viitori clienți). Cercetarea de tip *reuniune de grup* (focus group) va

releva motivațiile răspunsurilor studenților. Se va realiza astfel o concretizare, o justificare a răspunsurilor, o explicare a caracteristicilor calitative negative ale produselor oferite (conștientizarea problemei). Nu lipsită de interes ar fi organizarea unei astfel de reuniuni de grup cu participanți din rândul cadrelor didactice, pentru a afla opiniile și motivațiile acestora privind problemele sesizate de studenți. Prin corelarea rezultatelor celor două demersuri se pot defini concret problemele, cauzele acestora și modalitățile de rezolvare.

Pentru a ajunge la următoarea etapă și anume remediarea acestor defecte, și oferirea unor produse corespunzătoare, este nevoie de o individualizare a aspectelor negative, prezentate până în prezent doar la un nivel general, abstract, de instituție; ofertanții de servicii-cadrele didactice-vor putea astfel afla care sunt punctele slabe ale propriei activități desfășurate, pentru a le corecta. Este nevoie, în acest caz, de acceptarea (sau cel puțin un compromis între acceptare și impunere) unei forme de evaluare personală a cadrelor didactice, atât la nivel de instituție, cât și din perspectiva studenților, pe baza unor criterii bine stabilite (și care pot fi alese, din nou, în urma unei anchete). Profesorul se transformă în cercetător, realizând studiul pe baza unor eșantioane de conveniență-grupele de studenți la care își desfășoară activitatea.

Corelarea acestor demersuri la nivel de instituție, alături de cercetările de piață și acțiunile anterioare menționate (cererea de specialiști pe domenii, anchete de opinie și de motivare privind alegerea unei anumite specializări și programele de studii oferite, determinarea imaginii instituției, acțiuni de relații publice), desfășurate sistematic vor constitui punctul de plecare în elaborarea și punerea în practică a unui program de marketing educațional eficient.

Bibliografie:

1. Florea, R. *Management Strategic*. Iași: Editura Tehnopress, 2008.
2. Gherasim, D., Gherasim, A., *Marketingul serviciilor*. Note de curs, Bacău, 2007. Biblioteca Universității „George Bacovia”.
3. Gherasim, D. *Convergențe în teoriile privind esența prețurilor*. București: Editura Economică, 2007.
4. Kotler, Ph., Dubois, B. *Marketing Management*. Paris: Publi-Union Editions, 1992.
5. Olteanu, V. *Marketingul serviciilor – teorie și practică*. București: Editura Uranus, 1999.

REGLEMENTAREA COOPERĂRII INTERNAȚIONALE FINANCIARE INSTITUȚIONALIZATE

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

The article presents the particularities of regulation in financial international cooperation made by the RM through the normative institutional mechanisms adopted within the framework of international organizations of the general and specific jurisdiction.

The results of research accentuate the fact that the mechanisms and regulatory instruments within the financial organizations constitutes the source of legal base for togetherness of multilateral relations within the framework of partnership relations, of which Moldova is part.

Key words: *financial international cooperation, institution, partnership.*

Cooperarea internațională financiară instituționalizată constituie o categorie distinctă a cooperării financiare, înglobând ansamblul de trăsături și elemente proprii acesteia. În fapt, cooperarea financiară instituționalizată este desfășurată de state la nivel de organizații internaționale, incluzând multitudinea de raporturi de particularitate care țin de sfera finanțelor internaționale.

Remarcăm că relațiile întreținute în cadrul cooperării financiare instituționalizate se referă atât la legăturile existente cu organizațiile internaționale financiare, cât și la raporturile dezvoltate cu organizații internaționale de specific nefinanciar și organizațiile de o competență generală. Elementul crucial îl prezintă faptul că raporturile întreținute și dezvoltate sunt relative la domeniul finanțelor în totalitatea sa, precum și la domeniile aferente acestora.

Relațiile de mutualitate între RM și organizațiile internaționale financiare sunt susceptibile unei analize multiaspectuale în compartimentele de bază ale lucrării, fiind scoase în evidență mecanismele și instrumentele specifice de reglementare a cooperării financiare instituționalizate cu această categorie de organizații internaționale.

Astfel, privitor la reglementarea cooperării internaționale financiare instituționalizate ne vom axa de o manieră de specificitate pe relațiile de parteneriat întreținute de RM cu organizațiile internaționale de competență de generalitate.

În acest sens, *Acordul de constituire a Comunității Statelor Independente (CSI)* din 8 decembrie 1991 [4] în art. 4 prevede că părțile contractante urmează să dezvolte o cooperare pe poziții de egalitate și avantaj reciproc a popoarelor sale în domeniile politic, economic, cultural, educației, ocrotirii sănătății, științific, comerțului, umanitar, precum și în alte domenii; să contribuie unui schimb informațional larg; să respecte angajamentele reciproce cu buna-credință și strictete. Art. 7 stipulează sferile de particularitate ale activității desfășurate în comun a țărilor membre, unde este inclusă cooperarea pentru constituirea și dezvoltarea spațiului economic comun, piețelor pan-europăeană și asiatică, politicilor vamale.

Deci, *Acordul de constituire a CSI* prezintă actul de fundamentalitate pentru reglementarea spectrului general de relații interstatale la nivel de organizație în spațiul Europei de Est și Asiei, referindu-se inclusiv la relațiile de aspect financiar (domeniile economic, comerțului, precum și alte domenii).

Subliniem, totuși, că Acordul nu oferă detalii explicite și clare privind relațiile de parteneriat financiar, dar integrează această categorie de relații interguvernamentale în ansamblul complex de raporturi de cooperare încurajate. Reglementarea nemijlocită și concretă a cooperării internaționale financiare instituționalizate desfășurată de țările – membre ale CSI își găsește exteriorizare în convențiile și acordurile specifice, adoptate în cadrul Comunității.

Există un șir de acte internaționale de domeniu financiar, adoptate pentru reglementarea relațiilor între statele – membre ale CSI.

Astfel, *Acordul CSI cu privire la colaborarea în domeniul activității de investiții* din 24 decembrie 1993 [5], în vigoare pentru RM din 3 septembrie 2002, în preambul stipulează importanța cooperării economice de reciprocitate, precum și în mod expres subliniază relevanța intereselor și beneficiilor statelor în urma implementării de abordări comune ale politicii investiționale.

Acordul de o manieră minuțioasă reglementează relațiile investiționale, specificând categoriile de investitori (art. 2), obiectul activității de investiție (art. 3, 4), regimul recunoscut investițiilor unei părți pe teritoriile altora (art. 6), procedurile în situațiile naționalizării și confiscării (art. 7), libertatea transferurilor investițiilor și a fondurilor aferente acestora (art. 8, 9), stabilirea cadrului normativ de regulare a activității investiționale de către investitori nerezidenți pe teritoriile statelor – membre ale Comunității (art. 10 – 12, 19, 20), posibilitatea stabilirii de filiale și sucursale ale societăților de investiții (art. 13), circumstanțele realizării producției de către societățile comerciale beneficiare nemijlocite ale activității investiționale (art. 14, 16), procedurile de impozitare ale fondurilor în cadrul activității investiționale (art. 15, 18), asigurarea investițiilor inclusiv contra riscurilor (art. 17), soluționarea litigiilor relative la investiții între investitori și terți (art. 21).

În general, Acordul stabilește drepturile, privilegiile și beneficiile în domeniul activității de investiții pentru investitorii rezidenți unui stat – membru al CSI pe teritoriile altor state membre.

Subliniem că în sensul Acordului, calitatea de investitor o pot deține persoanele fizice, persoanele juridice, precum și statele – părți la Acord prin intermediul persoanelor fizice și/sau juridice împuternicite în conformitate cu legislația internă pertinentă.

Alt act CSI regulator de relații din sfera financiară este *Convenția cu privire la protecția drepturilor investitorului* din 28 martie 1997 [2], în vigoare pentru RM din 2 octombrie 2002. Necesitatea adoptării unui tratat regional de particularitate relativ la sfera drepturilor subiective ale investitorului a fost condiționată de imperativele dezvoltării economiilor naționale ale statelor – membre, sporirii atractivității piețelor interne pentru investiții din exterior, constituirii unui spațiu investițional comun, definitivării de abordări comune privind atragerea investițiilor străine.

Convenția stabilește cadrul juridic de realizare a diverselor categorii de investiții de către investitorii străini, precum și prescrie quantumul drepturilor investitorilor asupra investițiilor și veniturilor provenite din acestea. Ea detaliază noțiunea de „investitori”, aceștia fiind statele, persoanele fizice și entitățile juridice ale părților contractante, precum și originare din statele terțe (art.3).

Convenția de o manieră explicită stabilește garanțiile de protecție a investițiilor recunoscute și oferite de statele părți. Astfel, se enumeră: stabilirea unui cadru legal clar și precis de reglementare a activității investiționale (art. 7, 8); promovarea garanțiilor contra naționalizării, rechiziției, deciziilor și acțiunilor (inacțiunilor) organelor de stat și persoanelor cu funcții de răspundere (art. 9); plata de compensații pentru prejudiciul cauzat – despăgubirea investitorului (art. 10); stabilirea procedurilor de soluționare a diferendelor relative la investiții (art. 11); definitivarea garanțiilor de utilizarea a veniturilor rezultate din activitatea investițională (art. 12); asigurarea contra riscurilor (art. 13).

De asemenea, Convenția delimitează un cadru specific privitor la achiziționarea de către investitor a acțiunilor și altor valori mobiliare, participarea la privatizare, dobândirea drepturilor de proprietate funciară și altor drepturi patrimoniale.

Convenția este orientată spre creșterea atractivității economiilor statelor – membre pentru investițiile intracomunitare, precum și pentru investițiile de capital din afara spațiului CSI.

Acordul CSI privind sprijinul la crearea și dezvoltarea asociațiilor transnaționale de producție, comerciale, financiare și de credit, de asigurare și mixte din 15 aprilie 1994 [3], în vigoare pentru RM din 1 august 1995, se referă la susținerea și promovarea activității eficiente comune în sferile de producere, tehnico – științifică, investițională, comercială, activitate desfășurată prin intermediul asociațiilor transnaționale.

Asemenea asociații pot fi create sub diferite forme: grupuri comune financiare și industriale, uniuni economice internaționale, corporații, companii – holding, asociații, uniuni, întreprinderi mixte, organizații de intermediere și comerț, case de comerț, burse internaționale, bănci comerciale mixte, companii financiare și de asigurare (art. 2).

Părțile sunt ținute să asigure condiții favorabile pentru dezvoltarea cooperării în cadrul asociațiilor transnaționale, inclusiv prin realizarea programelor interstatale; crearea organizațiilor comerciale mixte; asigurarea deservirii financiare și creditare eficiente a întreprinderilor din cadrul asociațiilor transnaționale; emisia și plasarea acțiunilor și valorilor mobiliare de către asociații; participarea la proiecte investiționale comune; constituirea companiilor de asigurare comune (art.4).

În esență, Acordul are ca scop adâncirea legăturilor integraționiste și de cooperare între întreprinderile și organizațiile cu diverse forme de proprietate, intensificarea schimbului reciproc de mărfuri, ameliorarea sectorului antreprenorial interstatal.

Acordul CSI cu privire la crearea Uniunii de plăți a statelor – membre din 21 octombrie 1994 [5], în vigoare pentru RM din 25 septembrie 1995, prevede constituirea unei uniuni de plăți în scopul asigurării stabilității efectuării tranzacțiilor în regim de utilizare a convertirii reciproce de valute naționale.

Crearea uniunii de plăți se fundamentează pe un șir de principii: recunoașterea suveranității naționale valutare; recunoașterea rolului băncilor centrale/naționale ca centre de emisie și organe de reglementare financiară și valutară a statelor – membre; excluderea limitărilor privind recepția și utilizarea valurilor naționale ca mijloace de plată; stabilirea regulilor de dezvoltare a piețelor valutare lichide; asigurarea convertibilității valutei naționale vizavi de alte valute; oferirea băncilor comerciale a dreptului executării tranzacțiilor inclusiv externe; excluderea limitărilor administrative privind determinarea valurilor pentru plățile societăților comerciale; oferirea persoanelor nerezidente posibilității deținerii și utilizării valutei naționale (art. 2).

Uniunea de plăți vizează tranzacțiile privind circuitul de mărfuri în sectoarele public și privat; operațiunile necomerciale; serviciile de transport și comunicații; creditele de stat, bancare și comerciale; operațiunile valutare de schimb (conversiune); cumpărarea și vânzarea de valute prin intermediul sistemelor bancare.

Subiecții uniunii de plăți sunt guvernele statelor – părți, băncile centrale/naționale, băncile comerciale autorizate pentru operațiuni cu valute străine, Banca interstatală (instituția specializată a Uniunii de plăți), persoanele fizice/juridice care desfășoară activitatea de întreprinzător, persoanele fizice rezidente în cadrul procesării operațiunilor necomerciale.

În fapt, crearea Uniunii de plăți este orientată spre facilitarea relațiilor financiare creditar-valutare între statele membre, precum și spre intensificarea interacțiunilor comerciale și economice interstatale.

Acordul CSI cu privire la crearea Comitetului valutar interstatal din 26 mai 1995 [3], în vigoare pentru RM din 26 septembrie 2002, se referă la crearea unui Comitet specializat pentru organizarea coerentă și facilitarea relațiilor de cooperare valutare și creditare între statele – membre, apropierea și perfecționarea legislației financiare și valutare existente, dezvoltarea mecanismelor avansate de coordonare a politicilor interstatale în domeniul finanțelor.

Activitatea Comitetului valutar este orientată spre asigurarea stabilității tranzacțiilor în regimul utilizării convertirii reciproce a valutilor naționale, dezvoltarea pieței valutare și a valorilor mobiliare pe teritoriile fiecărui stat – membru, apropierea normelor de reglementare a relațiilor comerciale și valutare internaționale între state, coordonarea politicilor valutare și creditare, organizarea cooperării privind controlul valutar (art. 2, p. 2).

Funcțiile de bază ale Comitetului interstatal sunt: analiza relațiilor financiar – creditare și valutare între statele părți; pregătirea de planuri de perfecționare a relațiilor financiare existente; formularea de recomandări privind organizarea de pieți valutare și de valori mobiliare naționale lichide; formularea de propuneri pentru asigurarea convertirii garantate a valutilor naționale în alte valute ale statelor – membre; dezvoltarea de reguli de formare și funcționare a sistemelor de plată integre; asistarea în mecanismele de control valutar; organizarea de schimburi de experiențe privind chestiunile financiare, valutare, creditare și bancare între statele CSI etc. (art. 2, p. 3).

Comitetul este constituit din reprezentanții împuterniciți ai statelor – membre (miniștrii de finanțe, președinții băncilor centrale/naționale, conducătorii altor organe specializate).

În genere, Acordul cu privire la crearea Comitetului valutar interstatal se fundamentează și dezvoltă prevederile Acordului cu privire la crearea Uniunii de plăți.

În această ordine de idei, vizualizăm un cadru normativ diversificat dezvoltat de statele – membre CSI în vederea reglementării cooperării internaționale financiare la nivel de organizație. În special, prevederile relative la sfera finanțelor au scopul dezvoltării și aprofundării interconexiunilor economice și comerciale interstatale pentru promovarea prosperității regiunii în ansamblu.

Remarcăm că raporturi de cooperare internațională financiară instituționalizată RM întreține și cu alte organisme internaționale de competență generală, precum este Consiliul Europei. Însă relațiile de cooperare financiară cu acesta sunt dominate de legăturile existente între RM și Banca de Dezvoltare a Consiliului Europei, prezentate în cadrul analizei aspectelor politico – juridice privind relațiile de cooperare a RM cu organizațiile financiare internaționale regionale.

Bibliografie:

1. Acordul CSI privind sprijinul la crearea și dezvoltarea asociațiilor transnaționale de producție, comerciale, financiare și de credit, de asigurare și mixte din 15 aprilie 1994. În: *Tratate Internaționale*. Ed. oficială. 1999, vol. 17, p. 151.
2. Конвенция Содружества Независимых Государств о защите прав инвестора от 28 марта 1997. Вступает в силу для РМ с 2 октября 2002 года. În: *Tratate Internaționale*. Ed. oficială. 2006, vol. 37, p. 99.
3. Соглашение Содружества Независимых Государств о создании Межгосударственного валютного комитета от 26 мая 1995 года. Вступает в силу для РМ с 26 сентября 2002 года. În: *Tratate Internaționale*. Ed. oficială. 2006, vol. 37, p. 34.
4. Соглашение о создании Содружества Независимых Государств от 8 декабря 1991 года. Вступает в силу для РМ с 8 апреля 1994 года.
5. Соглашение Содружества Независимых Государств о создании платежного союза государств – участников от 21 октября 1994. Вступает в силу для РМ с 25 сентября 1995 года.

INFLUENCE OF SELECTED VARIABLES ON THE PRICE OF PETROLEUM PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

*MILUN Toni, lect.,
HORVATOVIĆ Marina,
POSARIĆ Ivona,
University of Split, Croatia*

In the last few years there have been great variations in prices of crude oil in the world caused by several reasons: wars in the Middle East, global economic crisis, the Iranian nuclear issue, workers' strikes on platforms, hurricanes that threaten oil rigs, etc. Consequently, the prices of petroleum products have significantly changed mainly increased. As people spend more on fuel, their purchasing power and standard are being reduced, resulting in weakening of their quality of life.

The formula for calculating the price of petroleum products of the oil company INA, majority-owned by the Republic of Croatia, does not include the price of crude oil - the basic raw material for its production, but it includes the cost of petroleum products in the Mediterranean market. This creates the possibility of manipulating the price of petroleum products in order to achieve extra profits of oil companies.

This paper examines a multiple linear regression model that will try to answer the question as to what extent the trend of crude oil prices on the world market, with USD to HRK exchange rate and VAT rate was statistically significant in the price of Eurosuper 95 in the Republic of Croatia in the period from January 2007 to February 2013.

Key words: *petroleum products, crude oil, fuel, fuel prices, the price of petroleum products.*

Introduction

Crude oil (CO) is a major energy source, which covers one third of the world's energy needs and has daily consumption of approximately 75 million barrels [1, p. 652]. Since oil takes the first position in the world's energy consumption, ahead of all the other energy sources: natural gas, coal, nuclear energy, water power energy etc., changes of CO price have got a huge impact on the world economy [10, p. 8]. While high price of CO on the world market increases inflation and consequently weakens the economies of the importing countries, low CO price may cause a collapse of the exporting countries' economies. Government budget of Venezuela, Saudi Arabia, Mexico and some other countries are strongly linked to CO prices [1, p. 652].

Crude oil crisis is a term for disorders that occur in the period of a considerable growth of the crude oil price. There were two oil crisis recorded during the 1970s and both of them caused strong recessions in industrial countries. It is assumed that an oil crisis is going to occur when the demand for oil exceeds the supply.

The first crisis started in autumn of 1973 when the oil exporting countries, united in the Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC), decreased on purpose oil production by 5% in order to increase the oil price. In only a few days the price of CO increased by 70%, resulting in the price increase from 3 USD per barrel to more than 5 USD. During the following year the price of CO on the world market increased to more than 12 USD.

The second crisis was recorded during 1979 and 1980, and it was caused by the decrease in oil production at the time of the Iran – Iraq war [9]. In the 1980s the increased price of CO on the world market was a consequence of OPEC, but after 1980 International Energy Agency (IEA), representing the importing countries, took over a more dominant role in defining the price of CO.

In the period between 2004 and 2008, a huge growth and price variability of CO prices have been recorded. The petroleum product prices were also changing in accordance with that. After reaching its peak of 147 USD per barrel in July 2008, the price of CO fell to less than 35 USD per barrel in December of the same year, and afterwards it varied mostly between 70 and 130 USD. This same period recorded also fluctuations of the US dollar value up to 30%. Considering that the oil price was very changeable in that period, there might even be a talk of a new, third oil crisis.

As CO is a basic raw material in the production of petroleum products, it is to be expected that, apart from the USD/HRK exchange rate, it will be the main parameter in determination of their price in the Republic of Croatia. However, according to the Oil and Petroleum Products Market Act [8] and Law on Amendments to the Oil and Petroleum Products Market Act [7] the petroleum product price does not include the crude oil price, but the following market elements:

- petroleum product price on the Mediterranean market
- USD/HRK exchange rate
- premium of the energy undertakings
- financial resources for The Croatian Compulsory Oil Stocks Agency (HANDA), the amount of which is determined by the Government of Republic of Croatia, upon proposal of The Croatian Compulsory Oil Stocks Agency (HANDA)
- fees and taxes calculated according to specific regulations [7,8].

The price of petroleum products is defined in accordance with By-law on petroleum product price forming proscribed by the Ministry of Economy.

Formula to calculate the petroleum product price:

$$C_{\max} = \left(\frac{\sum_{i=1}^n \text{CIF Med}_i \cdot T_i}{n} + H \right) \cdot \frac{\rho}{1000} + B + P$$

whereby:

C_{\max} – the highest permitted price expressed in kunas per litre (HRK/l)

CIF Med – midpoint daily stock market price of petroleum products in USD per tonn (USD/t) published in “Platt's European Marketscan“

T – midpoint daily USD/HRK exchange rate posted by the Croatian National Bank on the day for which the midpont daily stock market price of petroleum products is posted

i – daily data for the period since the previous price change

n – number of posted midpoint daily stock market prices of petroleum products

ρ – density of the petroleum product (for Otto motor petrol $\rho = 0,755$ kg/l)

H – the compensation fee regarding the financing of HANDA (The Croatian Compulsory Oil Stocks Agency) in kn/t

B – fee for biofuel production incentives in HRK/t

P – premium of the energy undertakings in HRK/l

The premium amount is defined at 0,76 HRK/l for petrol and diesel fuels, except for gasoline stations on highways and on the coast which are permitted to form the premium amount themselves.

Retail prices change every 14 days after midnight on Monday to Tuesday, and the highest permitted price change is 3% [4].

Since great fluctuations in petroleum product price were recorded in 2008, numerous media in the Republic of Croatia were very doubtful about the proper calculation and they assumed that oil companies manipulate the price in order to achieve higher profits.

In 2007 Brown and Virmani published the results of an econometric model, which explains that the 98% price variation in USD is a consequence of the price change of CO. This increase in the price of barrel of CO also caused an increase in spot gasoline price by 2,8 cents [3, p. 2]. This paper is going to estimate the influence of the CO price change on EUROSUPER 95 petroleum product price in the Republic of Croatia. Simple linear regression model is going to reply to the question: How big is the change of EUROSUPER 95 price when the price of a litre of CO is increased by 1 kn. Multiple linear regression model is going to establish to which extent CO price, USD/HRK exchange rate and VAT rate influence the forming of price of EUROSUPER 95 petroleum product.

Data and methodology

The research includes data about the price of EUROSUPER 95 petroleum product, the price of CO and the VAT rate in the period between January 2007 and February 2013. The data on EUROSUPER 95 price ranges have been collected at the Croatian autoclub website [6]. In the analysis we have used the data on price ranges of CO type Brent, which are relevant for the European market [11]. The VAT rate in the Republic of Croatia changed twice within the monitored period: on August 1, 2009 it increased from 22% to 23%, and on March 1, 2012 it increased by 2 more points, to 25%.

In this paper the relation between variables has been explained based on the two regression models.

The first model is the simple linear regression model given by:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

where Y is the response variable, the variable we wish to explain or predict, X is the independent variable and ε is the error term.

Multiple regression model was also conducted to examine the relationship in this analysis. This model is applied in case that several independent variables affect one response variable. General multiple regression model of a response variable Y on a set of k independent variables X_1, X_2, \dots, X_k is given by:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Where β_0 is intercept of the regression surface and $\beta_i, i=1,2,\dots,k$ is the slope of the regression surface with respect to variable X_i . The multiple coefficient of determination R^2 measures the proportion of the variation in the response variable that is explained by the combination of the independent variables in the multiple regression model.

A statistical F-test will be applied to tell us if there is a relationship between the response variable and at least one of the independent variables. Hypothesis test is:

$$H_0: \beta_0 = \beta_1 = \dots = \beta_k = 0$$

H_1 : Not all the β_i ($i=1,2,\dots,k$) are zero.

T-test is applied for each independent variable to tell us whether there is evidence that variable X_i has a linear relationship with Y . Hypothesis test is:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$H_1: \beta_i \neq 0$ [AZCEL et. al, p. 470-474]

Results

Dependency of response variable of the price of petroleum product EUROSUPER 95 per litre on the price of barrel of CO in kuna is shown in figure 1. For the purpose of simple comparison, both variables are transformed into the standard normal random variable $Z \sim N(0,1^2)$.

Z-values for both variables are calculated based on expression $z_i = \frac{x_i - \bar{x}}{\sigma}$, where \bar{x} is the average variable value in the monitored period and σ is its standard deviation value. Average and standard deviation values are given in Table 1.

Table no. 1

Average and Standard Deviation values of EUROSUPER 95 and CO price

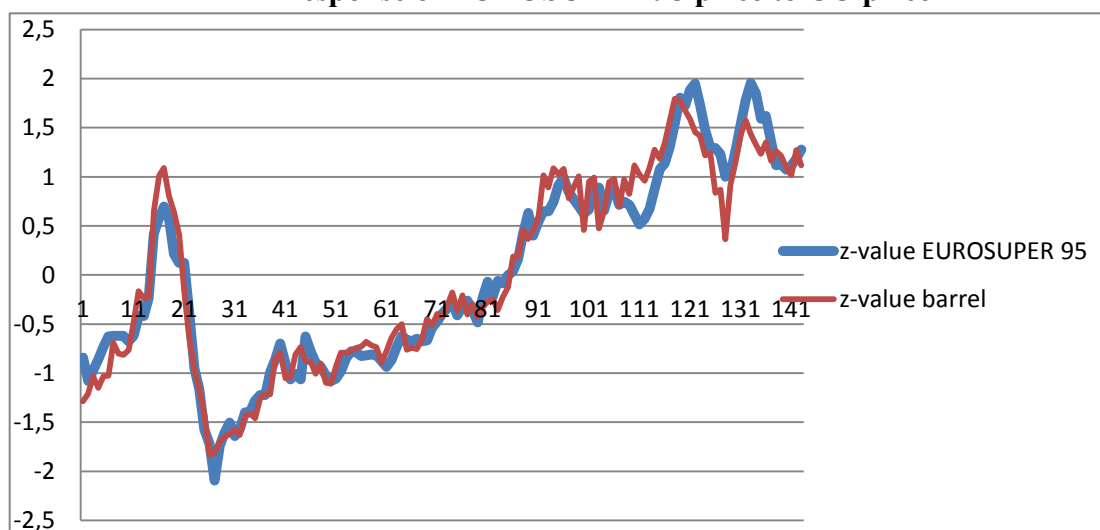
Variable	Average	Standard Deviation
EUROSUPER 95 price	8,78	1,25
CO price	477,34	138,55

Source: authors' calculations

The assumption that the price of petroleum product EUROSUPER 95 follows up the price change of crude oil has been graphically presented.

Figure no. 1

Response of EUROSUPER 95 price to CO price



Source: authors' calculations

A linear regression model has been made in order to obtain quantitative data. For the purpose of the model, the CO price per litre in kuna has been calculated, for the period between

January 2007 and February 2013 and has been taken as an independent variable in the model. The prices have been calculated on the grounds of fact that the volume of 1 barrel equals the volume of 158,99 litres. The dependant variable is the price of EUROSUPER 95 petroleum product in HRK.

Results of analysis conducted in programme package SPSS20 are as follows:

Table no. 2

ANOVA Table for Simple Linear Regression

Source of Variation	Degrees of Freedom DF	Sum of Squares SS	Mean Square MS	F-ratio	p-value
Regression	1	214,106	214,106	2800,445	0,0000
Error	124	10,780	0,076		
Total	125	166,342			

Source: authors' calculations

Based on Table 2 it can be concluded that the independent variable of CO price per litre is statistically significant because of empirical significance value $p = 0,0000$, which is lower than $\alpha = 0,05$.

Table no. 3

Regression Results for Individual Parameters

Variable	Label	Coefficient Estimate	Standard Error	p-value
Constant		4,562	0,083	0,000
CO price (HRK)	X	1,403	0,027	0,000

Source: authors' calculations

Based on the data from Table 3 it can be concluded that the independent variable and constant are statistically significant and the equation of simple linear regression model can be drawn up:

$$Y = 4,562 + 1,403 X$$

$$(0,083) \quad (0,027)$$

Parameter interpretation:

$$\beta_1 = 1,403$$

In the monitored period between January 2007 and February 2013, the price increase of CO per litre of 1 HRK caused an average price increase of EUROSUPER 95 per litre of 1,403 HRK.

Determination coefficient is $R^2 = 0,952$, which means that 95,2% of price variation of EUROSUPER 95 is explained through CO price change. That amounts to somewhat less than 98%, as it was published in 2007 in the USA [3, p. 2].

Since the VAT rate changed twice in the monitored period, a multiple regression model has been made.

This model includes three independent variables monitored in the period between January 2007 and February 2012:

1. CO on the European market Brent [11];
2. USD/HRK midpoint exchange rate posted by the Croatian National Bank [5];
3. VAT rate.

The dependent variable is the price of EUROSUPER 95 per litre at INA gasoline stations [6]. Data CO prices and exchange rate were collected on the day prior to the price change of EUROSUPER 95.

Results of the analysis have been obtained through programme package SPSS20 and stepwise method has been used:

Table no. 4

ANOVA Table for Multiple Linear Regression

Source of Variation	Degrees of Freedom DF	Sum of Squares SS	Mean Square MS	F-ratio	p-value
Regression	3	217,426	72,475	1350,356	0,000
Error	139	7,460	0,054		
Total	142	224,886			

Source: authors' calculations

Since the p-value is less than 0,05, we reject the null hypothesis that all three slope parameters are not all zero, in favor of the alternative hypothesis that at least one slope parameter is different from zero.

Table no. 5

Regression Results for Individual Parameters

Variable	Label	Coefficient Estimate	Standard Error	p-value
Constant		-4,653	0,493	0,000
CO price USD	X ₁	0,042	0,001	0,000
Exchange rate USD/HRK	X ₂	0,851	0,066	0,000
VAT rate	X ₃	0,224	0,029	0,000

Source: authors' calculations

From the information in Table 5 the null hypothesis can be rejected for all four variables in regression model. Based on t-test with the significant level $\alpha = 0,05$ the p-values for constant, CO

price, exchange rate and VAT rate are all lower than 0,05 indicating sufficient evidence for predicting the gasoline price.

All three independent variables and the constant are statistically significant, and therefore the equation of multiple regression model can be drawn up:

$$Y = -4,653 + 0,042 X_1 + 0,851 X_2 + 0,224 X_3$$

$$(0,493) \quad (0,001) \quad (0,066) \quad (0,029)$$

Parameter interpretation:

$$\hat{\beta}_1 = 0,042$$

If the price of barrel of oil increased by 1 USD, and USD/HRK exchange rate and VAT rate stayed unchanged, an average increase of the price of EUROSUPER 95 could be expected, in the amount of 0,042 kn, i.e. 4,2 lipas.

$$\hat{\beta}_2 = 0,851$$

If the USD/HRK exchanged rate increased by 1 kn, and oil price per barrel and VAT rate stayed unchanged, an average increase of the price of EUROSUPER 95 could be expected, in the amount of 0,851 kn, i.e. 85,1 lipas.

$$\hat{\beta}_3 = 0,224$$

The increase of VAT rate by 1%, whereas oil price per barrel and the USD/HRK exchanged rate remain unchanged, causes an average increase of the price of EUROSUPER 95 by 0,224 kn, i.e. 22,4 lipas.

The multiple regression model with all three predictors produced $R^2 = 0,967$, meaning that 96,7% of the variation of gasoline price is explained by the independent variables. This means that 3,3% of the variation of EUROSUPER 95 price remain, and they are not explained by the regression model. This includes the price of storing, season variations, but also potential manipulation of prices done by the oil companies.

Conclusion

Crude oil is one of major energy sources. There are different factors which have an influence on the forming of oil price on the world market, such as: supply and demand correlation, wars in the Middle East, stock confinement, OPEC monopoly pricing, increased demand caused by the huge growth of Chinese and Indian economies, hurricanes and strikes of oil rigs employees, etc. The oil crisis, which has been a cause of large increase and fluctuation of oil price on the world market in recent years, has led to many questions such as the questionability of the formula used for price forming of petroleum products in the Republic of Croatia. In the Republic of Croatia, due to the Oil and Petroleum Products Market Act, it is not the CO price that is used for the formation of petroleum product price, but the petroleum product price on the Mediterranean market. Therefore, certain doubts in the possible manipulating of prices may rise, in order for oil companies to reach higher profits.

This paper has offered the regression model which is used to analyze the influence of fluctuations in CO price on the world market, USD/HRK exchange rate and VAT rate on the price of petroleum products in the Republic of Croatia in the period between January 2007 and February 2013, and the following results have been obtained:

- CO price, exchange rate and VAT rate have statistically significantly influenced fluctuations of EUROSUPER 95 price;

• CO price, exchange rate and VAT rate explain 96,7% of variations in price of EUROSUPER 95;

• increase in price of one litre of CO by one kuna has caused the increase in price of one litre of EUROSUPER 95 by 1,40 HRK.

This paper has offered answers to some relevant questions and has shown that there is a statistically significant influence of CO price on the price of petroleum product EUROSUPER 95. Some future researches ought to be able to explain those 3,3% variations which were not explained by the proposed model. One of phenomena to be explored is a potential asymmetry which occurs while forming petroleum products price. Is it possible that gasoline prices respond more quickly when oil prices are rising than when oil prices are falling?

References:

1. ALVAREZ-RAMIREZ, J., CISNEROS, M., IBRRA-VALDEZ, C., SORINAO, A., *Multifractal Hurst analysis of crude oil prices*, Physica A 313, 2002, p. 651-670
2. AZCEL, A. D., SOUNDERPANDIAN, *Complete Business Statistics*, seventh edition, McGraw-Hill Irwin Series, 2009, USA
3. BROWN, S. P. A., VIRMANI, R., *What's Driving Gasoline Prices?*, Economic Letter, Federal Reserve Bank of Dallas, issue Oct. 2007, Vol. 2, No. 10, p. 1-8
4. *By-law on petroleum product price forming*, Official Gazette 37/11
5. *Exchange rate list*, Croatian National Banks's archive, <http://www.hnb.hr/tecajn/htecajn.htm>, (April 20, 2013)
6. HAK, *Fuel prices*, <http://www.hak.hr/info/cijene-goriva/>, (April 20, 2013)
7. *Law on Amendments to the Oil and Petroleum Products Market Act*, Official Gazette 18/11
8. *Oil and Petroleum Products Market Act*, Official Gazette 57/06
9. *Oil crisis*, Wikipedia http://hr.wikipedia.org/wiki/Naftna_kriza (June 20, 2012)
10. SEKULIĆ, G.: *Crude oil in World Energy 2007/2008 – how to continue*, EGE, 4/2008, p. 8-12, Energy marketing d.o.o., Zagreb
11. Ycharts: *Brent Crude Oil Spot Price*, http://ycharts.com/indicators/brent_crude_oil_spot_price, (April 22, 2013)

ASPECTE AFERENTE CONȚINUTULUI ȘI MODULUI DE CONTABILIZARE A VALORII ADĂUGATE

*Guțan Viorica, lect. sup.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

The accounting practice of the Republic of Moldova "added value" to the entity as a separate indicator is not calculated. This article reveals the content of the concept of "added value", how to calculate it depending on the type of activity, and the possibility of its accounting.

Key words: *concept, added value, accounting, method calculated.*

La nivelul entității, în practica contabilă autohtonă a R.M. „valoare adăugată” ca indicator separat nu se calculează. Acest fapt este confirmat în cercetările savantului V. Bucur [2, p.250]. În consecință, apare problema determinării conținutului noțiunii de „valoare adăugată”. Totodată, trebuie să subliniem faptul că semnificația definiției „valoarea adăugată” rezidă din tipul de activitate al entității:

- ✓ comerț cu amănuntul;
- ✓ comerț cu ridicata fără evidențierea adaosului comercial;
- ✓ producție;
- ✓ prestarea serviciilor.

Interpretări ai conținutului și modului de determinare a „valorii adăugate” sunt examinate în lucrările savanților autohtoni V. Bucur [2 p. 249-250], V. Balanuță [1, p. 19-26] și străini: G. Vintilă [5, p.321], L. Chirică [3, p.276], A. Gisberto-Chițu [4, p.168], D. Cernica [6, p.78] etc.

Valoarea adăugată este determinată la nivelul țării în scopuri statistice. Valoarea adăugată se calculează pentru toate sectoarele economiei naționale, precum și pentru economia națională în ansamblu. La nivelul economiei naționale, suma valorii adăugate ale sectoarelor economiei formează PIB - produsul intern brut [4, p.168].

De aici apare întrebarea: cât de corect și în ce bază este determinată valoarea adăugată?

Este cunoscut faptul că entitățile economice prezintă un șir de rapoarte statistice Biroului Național de Statistică (B.N.S.). La nivel național, valoarea adăugată se determină, de regulă, în curs de un an, în bună parte, în baza informației indicatorilor raportului statistic 5 CI „Consumurile, cheltuielile și investițiile întreprinderii”, care bineînțeles este întocmit în baza datelor contabilității. Se cere de remarcat faptul că acest raport se prezintă BNS trimestrial cu indicarea informației aferente trimestrului de raportare și cumulativ de la începutul anului de raportare.

Valoarea adăugată permite măsurarea puterii economice a întreprinderii și arată suplimentul de valoare economică creată de producție. Acest concept își găsește originea în analiza macroeconomică și aparține domeniului contabilității naționale.

În cercetările savantului V. Bucur se constată faptul că „*valoarea adăugată la entitățile din sfera productivă*” reprezintă diferența dintre valoarea produselor finite și a serviciilor comercializate la preț de vânzare și valoarea materiilor prime, materialelor, semifabricatelor, combustibilului, serviciilor primite la preț de achiziție și utilizate pentru fabricarea acestor produse, prestarea serviciilor prestate. Valoarea adăugată reprezintă valoarea produselor și serviciilor creată de efortul colectivului în cadrul unității economice. Pentru o unitate de produs (serviciu) ea exprimă

diferența dintre prețul de vânzare și suma cheltuielilor materiale. Din punct de vedere a componenței acest indicator constituie suma salariilor personalului întreprinderii, contribuțiilor pentru asigurările sociale și asistența medicală la aceste salarii, profitului brut obținut din comercializarea produselor (serviciilor), inclusiv suma amortizării mijloacelor fixe și activelor nemateriale” [2, p. 249-250].

Cercetătorii români **G. Vintilă** [5, p. 321], **L. Chirică** [3, p. 276] și cercetătorul rus **D. Cernica** [6, p.78] stabilesc că „**valoarea adăugată** reprezintă diferența dintre încasările obținute din vânzarea bunurilor sau prestarea serviciilor și plățile efectuate pentru bunurile și serviciile aferente aceluiași stadiu al circuitului economic, numite și costuri intermediare”.

Cercetătoarea **G. Vintilă** stabilește că *din punct de vedere economic*, **valoarea adăugată** este un indicator care permite măsurarea valorii nou create de întreprindere în urma activității sale. *Din punct de vedere contabil* **valoarea adăugată (VA)** este definită ca diferența între producție cu marja comercială și costurile provenite de la terți [5, p. 321]:

$$VA = (Pe + Mc) - Ct, \quad (1)$$

unde Pe – producția exercițiului;

Mc – marja comercială (adaos comercial);

Ct – costurile provenite de la terți

Marja comercială (Mc) reprezintă diferența între vânzările de mărfuri și costul de cumpărare al mărfurilor vândute. De aici, conchidem că **în comerț valoarea adăugată nu va fi altceva decât adaosul comercial**. *Producția exercițiului (Pe)* este suma dintre valoarea producției vândute și producției stocate. *Costurile provenite de la terți (Ct)* reprezintă ansamblul cheltuielilor cu materii prime și materiale consumabile, cu serviciile efectiv prestate de terți, inclusiv personalul angajat din afara întreprinderii. Este de menționat că în componența costurilor (cheltuielilor) de materiale se includ și serviciile primite de la prestatori, plata pentru arendă etc. considerate drept materializate. Suma amortizării mijloacelor fixe și activelor nemateriale la fel se consideră componente ale valorii adăugate [5, p. 321].

Cercetătorul **V. Balanuță** constată că din punct de vedere al conținutului economic „**valoarea adăugată** reprezintă contribuția productivă proprie a întreprinderii pe parcursul unei perioade de activitate” [1, p. 19]. Analiza-diagnostic a acestui indicator recunoaște valoarea adăugată aferentă atât a producției fabricate, cât și celei vândute. În primul caz este vorba de **valoarea adăugată produsă**, iar în al doilea caz – de **valoarea adăugată vândută**. Valoarea adăugată se calculează în practica analitică prin două metode:

1) metoda substractivă (sintetică);

2) metoda aditivă (analitică).

Potrivit *metodei substructive*, valoarea adăugată (VA) se determină prin deducerea valorii producției fabricate (VPF) sau vândute (VPV) cu costurile și cheltuielile intermediare provenite de la terți (Ci):

$$VA_p = VPF - Ci, \text{ unde} \quad (2)$$

VA_p - valoarea adăugată produsă

$$\text{sau} \quad VA_v = VPV - Ci, \text{ unde} \quad (3)$$

VA_v - valoarea adăugată vândută.

Costurile și cheltuielile intermediare provenite de la terți (Ci) cuprind materiile prime și materialele (la costul de achiziție), energia, combustibilul, apa, serviciile externe etc. – cu alte cuvinte, totalul contravalorii de bunuri și servicii furnizate de terți.

Pentru a pătrunde în esența conținutului **valorii adăugate produsă**, determinată prin *metoda substractivă* vom recurge la un exemplu.

Exemplul 1. Pe parcursul lunii martie 2013 la unitatea economică „Panifcoop Sîngerei”, în baza datelor registrelor la conturile 216 „Produse”, 811 „Activități de bază”, 813 „Consumuri indirecte de producție” s-a constatat următoarele: volumul producției fabricate a constituit 313 669 lei; costuri și cheltuieli intermediare provenite de la terți: materie primă - 154 101 lei; combustibil – 14 105 lei; servicii prestate de terți (energie electrică, apă, transport) - 21 321 lei; alte costuri și cheltuieli – 4 866 lei.

În continuare, în baza informației prezentate, vom determina, prin calcule matematice, **valoarea adăugată produsă** de entitatea economică „Panifcoop Sîngerei” în decursul lunii martie 2013 (Tabelul 1).

Tabelul 1. Determinarea valorii adăugate produsă prin metoda substractivă la entitatea Panifcoop Sîngerei

№	Indicatorii	Perioada de gestiune, lei
1.	Volumul producției fabricate	313 669
2.	Costuri și cheltuieli intermediare provenite de la terți	194 393
	inclusiv:	
	- materie primă	154 101
	- combustibil	14 105
	- aferente serviciilor prestate de terți (energie electrică, apă, transport)	21 321
	- alte costuri și cheltuieli	4 866
3.	Valoarea adăugată produsă (rd.1 – rd.2)	119 276

Este important să menționăm, că volumul producției fabricate a fost determinat în baza sumei reflectate la debitul contului 216 „Produse” cu creditul contului 811 „Activități de bază”. Costurile și cheltuielile intermediare *provenite de la terți* au inclus sumele acumulate la debitul conturilor aferente costurilor (811 „Activități de bază”, 813 „Consumuri indirecte de producție”) și cheltuielilor (712 „Cheltuieli comerciale”, 713 „Cheltuieli generale și administrative”, 714 „Alte cheltuieli operaționale”, 721 „Cheltuieli ale activității de investiții”, 722 „Cheltuieli ale activității financiare”, 723 „Pierderi excepționale”) provenite de la terți cu creditul conturilor 211 „Materiale”, 213 „Obiecte de mică valoare și scurtă durată”, 251 „Cheltuieli anticipate curente”, 521 „Datorii pe termen scurt privind facturile comerciale”, 539 „Alte datorii pe termen scurt”.

După cum s-a menționat anterior, deosebim valoarea adăugată produsă și vândută. De aceea, în continuare, vom examina modul de determinare a **valorii adăugate vândute** a activității de panificație a entității „Panifcoop Sîngerei” în baza următoarei informații.

Exemplul 2. Pe parcursul lunii martie 2013 la unitatea economică „Panifcoop Sîngerei”, în baza datelor sintetice și analitice a registrelor la conturile 611 „Venituri din vânzări, subcontul 6111 „Venitul din vânzarea produselor”, 711 „Costul vânzărilor”, subcontul „Costul produselor finite vândute”, 216 „Produse”, calculațiile la produsele de panificație vândute (acumulate în baza informației conturilor 811 „Activități de bază”, 813 „Consumuri indirecte de producție”) și conturilor de cheltuieli aferent operațiilor provenite de la terți, s-a constatat următoarele:

- Volumul producției vândute 275 431 lei;

- Costuri și cheltuieli intermediare provenite de la terți: materie primă - 135 315 lei; combustibil – 12 385lei; servicii prestate de terți (energie electrică, apă, transport) - 18 721 lei; alte costuri și cheltuieli – 4 274 lei.

Tabelul 2. Determinarea valorii adăugate vândute prin metoda substractivă la „Panifcoop Sîngerei”

№	Indicatorii	Perioada de gestiune, lei
1.	Volumul producției vândute	275 431
2.	Costuri și cheltuieli intermediare provenite de la terți	170 695
	inclusiv:	
	- materie primă	135 315
	- combustibil	12 385
	- aferente serviciilor prestate de terți	18 721
	- alte consumuri și cheltuieli	4 274
3.	Valoarea adăugată vândută (rd.1 – rd.2)	104 736

Merită o atenție deosebită studierea modului de determinare a sumei cheltuielilor intermediare provenite de la terți aferente fiecărei activități. De regulă, entitățile cooperăției de consum au câteva activități. *După părerea noastră*, pentru determinarea cheltuielilor intermediare provenite de la terți aferente fiecărei activități sunt necesare două calcule. *La prima etapă* se determină cheltuielile totale provenite de la terți. *La a doua etapă* se determină cheltuielile activității întreprinderii provenite de la terți aferente fiecărei activități în baza datelor ponderii veniturilor din vânzări pe fiecare tip de activitate. Cheltuielile activității de producție provenite de la terți, spre exemplu, vor fi determinate prin produsul dintre raportul dintre veniturile din vânzări ale produselor vândute și veniturile din vânzări totale cu cheltuielile activității entității provenite de la terți (în afară de costul vânzărilor):

$$\sum Ch p = VVp / VV \times \sum Ch t, \quad (4)$$

unde:

VVp - veniturile din vânzarea produselor (contul 6111);

VV - veniturile din vânzări (contul 611);

$\sum Ch p$ - cheltuielile activității de producție;

$\sum Ch t$ – cheltuielile activității entității provenite de la terți.

Un studiu mai aprofundat al **valorii adăugate** se realizează prin **metoda aditivă**. Potrivit acestei metode valoarea adăugată se calculează prin însumarea elementelor componente ai acesteia și anume: costurile privind retribuirea muncii (inclusiv contribuțiile pentru asigurări sociale și medicale) (Crm), suma amortizării mijloacelor fixe cu destinație de producție (Amf), alte costuri și cheltuieli (Ac), suma rezultatului net: profit (pierdere) (Rnet):

$$VA = Crm + Amf + Ac + Rnet \quad (5)$$

Pentru a examina modul de calculare a valorii adăugate a produselor vândute prin **metoda aditivă**, adică prin adiționarea elementelor care alcătuiesc valoarea adăugată vom recurge din nou la datele „Panifcoop Sîngerei”.

Exemplul 3. Pe parcursul lunii martie 2013 la unitatea economică „Panifcoop Sîngerei”, în baza datelor sintetice și analitice a registrelor la contul 216 „Produse”, conturile de costuri și

cheltuieli, calculațiile pe fiecare produs realizat, se va determina valoarea adăugată vândută prin metoda aditivă în următorul tabel.

Tabelul 3. Determinarea valorii adăugate vândute prin metoda aditivă la „Panifcoop Sângerei”

Nº	Indicatorii	Perioada de gestiune, mii lei
1.	Costurile privind retribuirea muncii, inclusiv contribuțiile privind asigurările sociale de stat și prime de asigurare medicale obligatorii	80 840
2.	Costurile activității auxiliare	5 720
3.	Costurile privind amortizarea mijloacelor fixe cu destinație de producție	12 260
4.	Alte costuri și cheltuieli	3 486
5.	Total costuri și cheltuieli (rd.1+ rd.2+rd.3+rd.4)	102 306
6.	Profit (pierdere) net	2 430
7.	Valoarea adăugată (rd. 5 + rd.6)	104 736

Întrucât metoda adiționării se confruntă cu unele dificultăți de dimensionare a formelor valorii adăugate, ea nu se aplică nici într-un stat membru al OCDE.

Savantului român **A. Gisperto-Chițu** stabilește că „valoarea adăugată este un indicator al contului „Producție”, mai precis soldul final al contului [4, p.168]. Măsurarea valorii adăugate create de producție se poate face înainte sau după deducerea costului de capital fix aferent mijloacelor fixe amortizate. Valoarea adăugată poate fi brută și netă.

Valoarea adăugată brută este definită ca fiind „valoarea ieșirilor, după deducerea valorii costului intermediar”.

Valoarea adăugată netă este definită ca fiind „valoarea ieșirilor din care se scade valoarea costului intermediar și a costului de capital fix” [4, p.168].

Aceeași clasificare a valorii adăugate este stabilită și de BNS al Republicii Moldova.

Generalizând definițiile prezentate mai sus, concluzionăm că *valoarea adăugată* cuprinde:

- 1) *marja comercială* din revânzarea mărfurilor în comerț;
- 2) *aportul industrial propriu* din activitatea de producție și prestare a serviciilor.

Valoarea adăugată este un indicator care reflectă aportul valoric adus de o întreprindere prin activitățile sale asupra bunurilor cumpărate. Valoarea adăugată reprezintă valoarea a tot ceea ce a creat și adăugat fazelor anterioare activitatea întreprinderii, concretizată în creșterea de valoare rezultate din utilizarea factorilor de producție peste valoarea consumurilor provenite de la terți sau valoarea remunerării tuturor participanților direcți sau indirecți la activitatea acesteia.

În reglementările contabile valoarea adăugată nu se urmărește și respectiv nu se evidențiază. Acest indicator este evidențiat doar la unitățile de comerț cu amănuntul (unele entități a comerțului angro), fiind reprezentat de contul contabilității manageriale 821 „Adaos comercial”. Însă, pentru ținerea evidenței valorii adăugate la entitățile de comerț angro care nu evidențiază adaosul comercial, entitățile de producție și prestare a serviciilor planul de conturi contabile nu prevede un cont pentru determinarea valorii adăugate. După părerea noastră, în acest scop, poate fi utilizat contul extrabilanțier **952 „Valoarea adăugată”**. În debitul contului dat se va reflecta valoarea adăugată produsă, iar în creditul acestui cont - suma valorii adăugate aferent bunurilor și serviciilor

vândute. Soldul acestui cont este debitor și reprezintă suma valorii adăugate produse aferent produselor, mărfurilor și serviciilor, dar nevândute.

La contul 952 „Valoarea adăugată” pot fi deschise următoarele subconturi: 9521 „Valoarea adăugată a activității de producție”, 9522 „Valoarea adăugată a activității de comercializare”, 9523 „Valoarea adăugată a activității de prestare a serviciilor”.

Utilizarea acestui cont va permite acumularea informației la nivelul întreprinderii despre valoarea adăugată.

Exemplul 4. Presupunem, entitatea economică „Panifcoop Sîngerei” a înregistrat la 1 martie 2013 sold inițial la contul 952 „Valoarea adăugată” în sumă de 750 lei. În baza exemplelor prezentate stabilim că în decursul lunii de gestiune valoarea adăugată produsă de entitate constituie 119 276 lei, iar valoarea adăugată vândută - 104 736 lei.

În baza datelor vom prezenta în tabelul ce urmează modul de contabilizare a valorii adăugate:

Tabelul 4. Formule contabile privind contabilitatea valorii adăugate

№	Conținutul operației economice	Înregistrări la contul 952 „Valoarea adăugată”			
		Sold inițial	Debit	Credit	Sold final
1.	Reflectarea soldului valorii adăugate la 1 martie 2013	750			
2.	Înregistrarea valorii adăugate produse	750	119 276		120 026
3.	Înregistrarea valorii adăugate vândute	120 026		104 736	15 290

În baza informației prezentate concluzionăm că valoarea adăugată este unul dintre cei mai importanți indicatori de reflectare a performanțelor economico-financiare ale unei firme. Pe baza valorii adăugate considerăm că poate fi apreciată adevărata dimensiune a activității unei firme, ea fiind expresia rolului acesteia. Spre deosebire de cifra de afaceri, care include și valoarea cumpărărilor de materii prime, materiale și servicii care se regăsesc în cifra de afaceri a firmelor furnizoare, valoarea adăugată cuprinde numai echivalentul activității întreprinderii în cauză. Reieșind din cele expuse, recomandăm calcularea și contabilizarea valorii adăugate la nivelul entității în contul extrabilanțier 952 „Valoarea adăugată”.

Bibliografie:

1. Balanuță, V. *Analiza gestionară*. Chișinău: Editura ASEM, 2003, 120 p.
2. Bucur, V., Țurcanu V, Graur A. *Contabilitatea impozitelor*: Chișinău: ASEM, Ed. Tipografia Centrală, 2005, 562 p.
3. Chirică, Lefter. *Curs complet de contabilitate și fiscalitate*. București: Ed. Economică, 2000, vol. I - 420 p., vol. II - 512 p.
4. Gisberto-Chițu, A. *Contabilitatea micro și macroeconomică*. Ed. a 2-a. București: Ed. CECCAR, 2003, 464 p.
5. Vintilă, G. *Fiscalitate. Metode și tehnici fiscale*. București: Ed. Economică, 2004, 604 p.
6. Черника, Д.Г. *Налог*: Учеб. пособие. Москва: Финансы и статистика, 1995, 400 p.

ASPECTE ALE GESTIUNII RESURSELOR UMANE ÎN ASOCIAȚIILE OBȘTEȘTI

*Prodan Djulieta, lect. sup.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

It has been already demonstrated the fact that the performances of an organization are determined by the people that are creating it. This statement is gaining more and more truthfulness in the case of non-profit agencies. Salaried staff, volunteers and all those who work in the organization determines its "image" in society and the effectiveness of the programs and activities carried out by it.

Key words: *non-profit agencies, salaried staff, effectiveness, volunteers, activities carried.*

Pe plan intern, principalele responsabilități ale procesului de gestiune vizează organizarea și coordonarea resurselor umane și financiare ale organizației în vederea realizării obiectivelor propuse. Sarcinile managerilor din această perspectivă vizează: planificarea activității și alocarea resurselor în funcție de programele și activitățile organizației; evaluarea performanțelor departamentelor; determinarea parametrilor de bază pentru activitatea personalului; stabilirea politicilor și procedurilor cu privire la angajarea și evaluarea personalului, transferuri, promovări și recompense, conflicte și interese etc.

Este bine cunoscut faptul că domeniile de bază, care diferențiază gestiunea în organizațiile nonprofit, inclusiv în asociațiile obștești, de gestiunea celor guvernamentale sau de afaceri, este organizarea și conducerea personalului. Anume aceste activități sunt dictate de nevoile de motivație, de autorealizare de și satisfacție, care determină angajarea și activitatea oamenilor în agențiile nonprofit, ceea ce nu se întâmplă în alte sectoare. Astfel, managerii sunt obligați să rezolve următoarele probleme:

- să selecteze și să angajeze personal de calitate;
- să stabilească parametri organizaționali;
- să determine politicile și strategiile de personal.

Una din problemele ardente în procesul de selecție a personalului se referă la necesitatea recrutării și angajării unor persoane "potrivite" activităților și programelor organizației în condițiile concurenței pe piața forței de muncă. Pornind de la adevărul că în asociațiile obștești angajații nu se bucură de avantaje pecuniare, managerii în selectarea, promovarea și menținerea forței de muncă sunt supuși următoarelor constrângeri: preocuparea pentru calitatea serviciilor furnizate, care determină stimularea financiară a personalului de calificare înaltă; natura caritabilă a activităților care nu permite acordarea de recompense financiare esențiale persoanelor angajate să le îndeplinească; cerințe cu privire la modul de folosire a resurselor în sensul reducerii cheltuielilor de retribuire a muncii și direcționării fondurilor pentru furnizarea serviciilor; posibilitatea furnizării avantajelor nepecuniare (mediu de muncă mai relaxat, control mai puțin riguros, mai multă flexibilitate, posibilități de învățare și experimentare pentru angajare ulterioară în funcții mai plătite), dar nu financiare.

În procesul de selecție a personalului, managerii trebuie să se călăuzească de următoarele caracteristici ale potențialilor angajați: calificarea profesională; abilitățile administrative; dedicația

și angajamentul candidaților pentru activitățile caritabile ale asociației; capacitatea de a stabili contacte și a lucra cu alți actori; experiența, creativitatea și flexibilitatea în rezolvarea problemelor.

Procesul de selecție a personalului trebuie adecvat și raportat la activitățile organizației. Stabilirea parametrilor organizaționali se referă la următoarele:

1. determinarea sarcinilor specifice, care țin de prognozarea sistematică a activităților necesare realizării obiectivelor propuse;

2. distribuirea sarcinilor membrilor asociației, adică personalului salariat, voluntarilor, experților și consultanților, furnizorilor organizaționali de servicii.

Deseori, asociația pentru îndeplinirea unor sarcini distincte poate angaja temporar persoane ce dispun de expertiză specifică într-un domeniu specific de activitate. Aceste persoane au statutul de *experți independenți* sau *consultanți*, angajați conform contractelor de muncă temporare, în care se specifică perioada de timp și forma de plată fără a li se aloca alte avantaje de care se bucură angajații permanenți.

În afară de folosirea experților independenți, asociația obștească poate decide contractarea anumitor servicii de la organizații specializate într-un anumit domeniu.

Personalul salariat reprezintă categoria profesioniștilor angajați cu scopul de a îndeplini sarcinile și funcțiile importante ale organizației pe o bază permanentă. Deoarece ei sunt retribuiți mult mai bine, asociația obștească poate avansa cerințe riguroase față de activitatea lor, adică îi poate verifica și evalua în permanență activitatea prestată, ceea ce nu poate face și cu celelalte categorii de angajați. În acest context, atracția oamenilor pentru o organizație sau alta derivă din promovarea oferită de cerințele înalte, ce creează respect de sine, mândrie personală și asumarea unui puternic sens al responsabilității. În asociațiile obștești aceasta e deosebit de important, ținând cont de imposibilitatea încurajării personalului prin folosirea sistemelor de premiere datorită naturii caritabile a activităților.

O altă componentă a forței de muncă în asociațiile obștești sunt *voluntarii*. Implicarea lor în activitățile organizației firește că nu depinde de recompensele financiare. Din acest considerent e mult mai dificil pentru manageri antrenarea și reținerea lor în activitățile asociației obștești. Antrenarea lor depinde, în primul rînd, de găsirea și propunerea unor alternative non-pecuniare de recompense. Avînd statutul de personal neplătit, voluntarii dispun de o anumită libertate în alegerea sarcinilor și modului de îndeplinire a acestora. Importanța voluntarilor în agențiile nonprofit crește datorită faptului că există tot mai puține diferențe între munca lor și cea a personalului salariat. Unii autori propun chiar înlocuirea termenului de “voluntari” cu cel de “personal nesalariat”. Astfel, datorită importanței acestora, managerii trebuie să elaboreze strategii de recrutare și menținere în asociație, bazate pe motivațiile voluntarilor, la care se referă: satisfacția personală, altruism, nevoia de comunicare, crearea unor posibilități de a învăța, spiritul antreprenorial, crearea și dezvoltarea relațiilor profesionale, promovarea în carieră, obținerea experienței de muncă, prestigiu social.

Pentru rezolvarea cu succes a problemelor menționate, managerii trebuie să realizeze următoarele: elaborarea statutului organizației, descrierea posturilor și stabilirea sistemelor de retribuire.

Statutul organizației este documentul în care, în afară de formulările privind misiunea organizației, se specifică ierarhia autorității, canalele și mijloacele de comunicare și principiile de delegare a autorității.

Descrierea posturilor se referă la prezentarea în formă scrisă a principalelor componente ale unui post: denumirea postului; superiorul lui nemijlocit; relațiile cu alte posturi; obiectivul

general al postului; principalele obligații și responsabilități; autoritatea acordată; resursele disponibile deținătorului postului; principalele calificări necesare pentru ocuparea postului dat.

Stabilirea sistemelor de retribuire este cea mai dificilă componentă a politicii de personal, ceea ce se datorează constrângerilor privind folosirea sistemelor progresive de retribuire a muncii. Dar la stabilirea acestor sisteme influențează următorii factori: accentuarea voluntarismului; așteptările cu privire la altruismul asociațiilor obștești; centrarea pe profesionalism; absența unor tradiții manageriale; caracterul statutar specific asociațiilor obștești. Există, totuși, câteva repere în stabilirea sistemelor de retribuire de care trebuie să țină cont: cunoașterea salariilor ce sunt plătite în alte asociații obștești pentru posturi similare; studierea nivelurilor (mici, medii, mari) salariilor în alte organizații similare pentru fiecare poziție din structura organizațională; raportarea la buget și analiza cheltuielilor privind retribuirea muncii.

În ceea ce privește politicile și strategiile de personal, ele trebuie să se refere la următoarele domenii:

1. angajarea și strategiile de remunerare;
2. sistemele de evaluare a personalului;
3. politici ale conflictelor de interese;
4. proceduri cu privire la încetarea contractului și formularea de revindecări;
5. proceduri și practici vizînd funcționarea generală a organizației.

De reținut că performanțele unei organizații sunt determinate de oamenii ce o alcătuiesc. Această afirmație capătă o veridicitate și mai mare în cazul agențiilor nonprofit. Personalul salariat, voluntarii și toți cei ce activează în organizație determină “ imaginea ” ei în societate și eficiența programelor și activităților desfășurate de ea. Este regretabil faptul că resursele financiare limitate nu permite organizației, în caz de necesitate, antrenarea suficientă a noilor angajați pentru îndeplinirea misiunii. Singura soluție ar fi sporirea productivității muncii resurselor umane disponibile.

Bibliografie:

1. Legea cu privire la asociațiile obștești” N 837-XIII din 17 mai 1996. *Monitorul Oficial*. 1997, nr. 6.
2. Legea RM „ Cu privire la filantropie și sponsorizare” N 521-XIII din 7 iunie 1995. *Monitorul Oficial*. 1995, nr. 47.
3. Standardul Internațional de Contabilitate 19 „Beneficiile angajaților”. *Monitorul Oficial*. Ediție specială XV. Chișinău, 2008.
4. Пашигорева, Г.И., Пилипенко, В.И., *Учет в некоммерческих организациях*. СПб: Питер, 2002, 176 p.
5. Юрьева, Т.В. *Экономика некоммерческих организаций*. Москва: Юристъ, 2002, 320 p.
6. <http://www.avocat net.ro>.

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В МОЛДОВЕ

*Метелкина Жанна, преп.,
Кооперативно-Торговый Университет Молдовы*

Problems of increasing the profitability of the enterprise, the performance of staff, the creation of an optimal governance structure excite any manager. He has to take decisions under conditions of uncertainty and risk that forces him to be kept under the control of various aspects of financial - economic activity. This work is reflected in the large number of documents that contain diverse information. Properly treated and systematized it is to some extent a guarantee of effective management.

Key words: *information, financial - economic activity, effective management, economic efficiency.*

Согласно закону Республики Молдова «О бухгалтерском учёте» № 113-XVI от 27.04.2007 все юридические и физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью, обязаны вести бухгалтерский учет и составлять финансовые отчеты в порядке, предусмотренном законом, стандартами бухгалтерского учета, планом счетов бухгалтерского учета и другими нормативными актами, утвержденными соответствующими инстанциями. Соответственно, небрежность и неточность при ведении бухгалтерского учёта могут принести немалый ущерб предприятию.

Проблемы повышения прибыльности предприятия, эффективности работы персонала, создание оптимальной структуры управления волнуют любого руководителя. Ему приходится принимать решения в условиях неопределенности и риска, что вынуждает его постоянно держать под контролем различные аспекты финансово - хозяйственной деятельности. Эта деятельность отражена в большом количестве документов, содержащих разнородную информацию. Грамотно обработанная и систематизированная, она является в определенной степени гарантией эффективного управления производством. Напротив, отсутствие достоверных данных может привести к неверному управленческому решению и, как следствие, к серьезным убыткам.

Внедрение бухгалтерских пакетов и программ позволяет автоматизировать не только бухгалтерский учет, но и навести порядок в складском учете, в снабжении и реализации продукции, товаров, отслеживать договоры, быстрее рассчитывать заработную плату, своевременно сдавать отчетность.

Из-за небрежности в бухгалтерском учете предприятие может сильно пострадать или даже потерпеть крах. Примеров тому очень много, причем часто страдают предприятия, стремящиеся работать честно. Страдают из-за небрежного ведения внутренней бухгалтерии предприятия. Страдают также из-за незнания и соответственно невыполнения последних законов и распоряжений. При ведении бухгалтерского учета вручную возможны и простейшие арифметические ошибки.

Конечно, компьютер не может заменить опытного и грамотного бухгалтера, но позволит упорядочить бухучет, увеличить количество получаемой информации, повысить оперативность бухучета, уменьшить число арифметических ошибок, оценить текущее финансовое положение предприятия и его перспективы.

Распространенным заблуждением является то, что автоматизация бухучета начинается с покупки программы и затем происходит «введение данных в программу». Для того, чтобы перевод бухгалтерии на компьютер был эффективен и дал результат, начинать необходимо с подготовки, которую условно можно разбить на пять этапов.

1 этап. Оптимизация бухучета. Современные программы по автоматизации бухучета - очень гибкие системы, они позволяют настраивать на нужды конкретного предприятия буквально все, начиная от плана счетов и кончая формами отчетности в налоговую инспекцию. Проводится анализ имеющейся на предприятии системы бухучета, а именно: применяемый план счетов и использование конкретных счетов; применяемая аналитика по различным счетам; используемые типовые проводки для отражения хозяйственных операций; формы и содержание первичной документации; формы учетных регистров.

2 этап. Выбор масштабов автоматизации. Под выбором масштабов автоматизации понимается то, в каком объеме будет автоматизироваться бухгалтерия и в каком порядке будут переведены на компьютер разделы бухучета. Эта проблема тем более актуальна, чем крупнее автоматизируемая организация. Когда речь идет о небольшой фирме, где бухучет ведет один-два бухгалтера, то проблема не стоит вообще, бухучет надо автоматизировать полностью и сразу весь, потому, что объем работ по автоматизации в малых организациях невелик. Но когда мы имеем дело с крупным предприятием, где бухучет ведется четырьмя и более бухгалтерами, имеется большой документооборот, много специфики и нюансов, становится понятно, что, если начинать автоматизировать все сразу, то процесс «завязнет» и результатов не будет.

3 этап. Постановка задачи. Когда определено, что будет изменяться в бухучете, какие разделы и в каком порядке будут автоматизироваться, следует четко определить, что автоматизированный бухучет будет давать на выходе. На выходе бухучет дает: первичные документы; учетные регистры для бухгалтерии; регистры и информацию для внутренних нужд предприятия (см. предыдущий этап); бухгалтерскую отчетность и расчеты по налогам и другим платежам.

Постановка задачи состоит в том, что фиксируется конкретный перечень всех документов и регистров, необходимых на предприятии, которые должен выдавать автоматизированный бухучет, требования к ним.

Если не сделать заранее четкую постановку задачи, то может получиться, что программа будет настроена таким образом, что требуемые регистры и первичные документы вообще получаться не будут (например, по причине отсутствия необходимой аналитики по счетам, которая устанавливается в самом начале автоматизации).

4 этап. Выбор программного средства. Только тогда, когда спланирована оптимизация бухучета, определен масштаб и порядок автоматизации и завершена постановка задачи, можно переходить к выбору программы. В противном же случае выяснится, что купленная заранее или по принципу «подешевле» программа просто не имеет достаточных возможностей для эффективной автоматизации предприятия и придется покупать другую программу.

Для того, чтобы среди множества программных продуктов, их версий и производителей найти оптимальный для предприятия вариант, следует понимать самое главное: просто плохих и просто хороших программ нет, значит нет и лучшей программы на все случаи жизни. Те программные продукты, которые продаются и рекламируются сейчас в Молдове - хорошие продукты, они доказали это тем, что их знают, покупают и используют на протяжении нескольких лет множество предприятий. Отличаются они друг

от друга тем, что лучше подходят для различных предприятий с учетом их величины, видов деятельности и других факторов. Таким образом, задача состоит в том, чтобы выбрать оптимально подходящий для конкретного предприятия программный продукт.

Как же это сделать? Пройдя вышеизложенные этапы подготовки к автоматизации мы уже ясно представляем себе, что нам нужно от программы, поэтому выбрать ее будет легче. Начинать нужно с принятия трех решений:

1. Малую или большую программу покупать? Все множество программ четко делится на программы для автоматизации малой бухгалтерии, где работают 1-3 человека и крупной, где задействованы 4 и более человека.

Программы для автоматизации малой бухгалтерии сравнительно проще во внедрении, однако они, как правило, не содержат автоматических функций, позволяющих вести бухгалтерию с учетом всех нюансов. На небольших предприятиях, где операций мало, такие нюансы можно вводить и вручную, а вот на больших предприятиях так не получится, поскольку операций много и ручной ввод займет так много времени, что часть бухучета придется вести вручную и автоматизация будет неэффективной. К таким малым программам относятся, например, "Инфо-бухгалтер", "1С", программа "Skat" производства СКБ "Контур".

Программы для автоматизации крупной бухгалтерии прямо противоположны по характеристикам. Они позволяют автоматически вести все возможные бухгалтерские операции, начиная от переоценки основных средств и кончая учетом себестоимости объектов капитального строительства. Однако такие программы значительно сложнее и внедрение их более трудоемко. Такие программные средства представляют собой не одну отдельную программу, а набор совместимых модулей, каждый из которых соответствует тому или иному разделу бухучета. Примерами таких программ являются "Бэст", "Парус", "RS-balance", программы СКБ "Контур" и "Бонус", систем "Галактика".

2. Под какой операционной системой будет работать программа? Подавляющее большинство широко продающихся программ имеют версии для DOS и для Windows. Однозначно можно сказать, что если оптимально подходящая программа имеет обе версии, следует выбирать Windows, поскольку это более современная операционная система. Версии программ, предназначенные для Windows всегда несколько дороже, чем для DOS, но их преимущество сторицей покрывают наценку.

3. Программа будет сетевой или нет? Это тоже простое решение. Если работать в автоматизированной бухгалтерии будут несколько работников на нескольких компьютерах, то компьютеры обязательно должны быть объединены в сеть, чтобы проводки, вводимые всеми бухгалтерами, попадали в один общий журнал. Все распространенные сейчас программы имеют сетевые версии, которые стоят немного дороже несетевых. Работа программы по автоматизации крупной бухгалтерии вообще немыслима в несетевом режиме.

5 этап. *Вопросы техники.* Технические вопросы, связанные с компьютерами не входят в бухгалтерские функции, но, тем не менее, очень важны. Само по себе слово «компьютер» ничего о компьютере не говорит. Важна мощность (производительность) компьютера, которая зависит от нескольких его переменных параметров, называемых вместе «конфигурация компьютера». Необходимая компьютера мощность, зависит от двух факторов:

1. Установленные программы. Одни программы требуют от компьютера меньше ресурсов, другие больше. Если работать под Windows, компьютер должен быть мощнее, если программа сетевая, то она потребует больше ресурсов, чем несетевая.

2. Количества операций, введенных в программу. Чем больше проводок введено, тем больше ресурсов требуется для их обработки. На крупном предприятии для работы какой-либо программы нужен более мощный компьютер, чем для работы той же программы на маленьком предприятии.

Важен еще один технический вопрос - это вопрос установки компьютерных сетей при внедрении сетевой программы. Существует большое количество различных типов сетей, отличающихся по стоимости дополнительных аппаратных и программных средств для функционирования сети. Если в сеть объединены 4-5 компьютеров, то сеть, требуемая для них, будет стоить недорого и устанавливается достаточно легко. Крупные сети требуют серьезных дополнительных затрат.

Для того, чтобы перевод бухгалтерии на компьютер был эффективен и дал результат, следует учесть следующие аспекты:

Во-первых, важно правильно выбрать время для внедрения автоматизации и оценить ее сроки. Не следует вводить в эксплуатацию программы в «горячий сезон» и в период массовых отпусков сотрудников. Если требуется доработка типовой конфигурации, то обязательно нужно выделить время на подготовку технического задания и работу программистов внедренческой фирмы. Важно проверить, все ли аспекты деятельности фирмы учтены;

Во-вторых, уделить особое внимание подготовке персонала.

Зачислить в штат или по совместительству технического специалиста, который будет отвечать и поддерживать бесперебойную работу техники, компьютерной сети, системного программного обеспечения.

Целесообразно предварительно провести обучение сотрудников работе на компьютере, новой программе и новым возможностям, которые она дает.

В-третьих, реально оценить возможности сотрудников и готовность автоматизируемых участков.

В-четвертых, необходимо организовать четкое взаимодействие всех автоматизируемых участков (складов, секций, бухгалтерии) и распределение функций по сотрудникам.

При автоматизации бухучета важно не просто перевести всю бумажную работу на компьютер. Важно, чтобы это увеличило эффективность работы бухгалтерии и улучшило контроль над финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, что, в свою очередь, увеличит эффективность управления предприятием, и, как следствие, эффективность его работы.

Для того, чтобы эффективно провести автоматизацию, следует, в первую очередь, хорошо представлять, что же такое автоматизированный бухучет. На первый взгляд все просто и даже такая постановка вопроса кажется несколько надуманной, потому что автоматизированный бухучет - это просто ведение бухучета ведется на компьютере. Вот такое заблуждение и служит причиной большого количества неудачных попыток автоматизации.

Специализируемая литература по теории бухгалтерского учёта, финансовому, налоговому, управленческому учёту должна быть ориентирована на новые информационные технологии, использование персональных компьютеров, средств связи, регистрации и передачи информации.

Литература:

1. Арсентьева, А. Е. *ИС: Предприятие в вопросах и ответах*. Омега-Л, 2008.
2. Закон о бухгалтерском учете № 113-XVI от 27.04.2007. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 29.06.2007, № 90-93.
3. Крецул, А. В. *Информационные системы в бухгалтерском учете*. Кишинёв, Еврика, 2004.

CĂI DE PREFECȚIONARE A BAZEI INFORMAȚIONALE PENTRU DETERMINAREA INDICATORILOR DE EFICIENȚĂ A ENTITĂȚILOR COMERCIALE

*Popa Alina, asist. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

Under market economy, where there is a need to study the development of indigenous business commercial entities, a significant role in our opinion, it is economic efficiency analysis of entities its valuation methods currently are fairly well defined and differentiated by their general meaning and content.

Alike, as demonstrated in the literature, until now, has been given a clear definition of the business efficiency of the business entity. In a broader spectrum, the economic literature, this is the trailer that the ratio of effect or result from expenses and invested resources that characterize its performance.

Key words: *business commercial entities, economic efficiency, business efficiency, invested resources.*

În condițiile economie de piață, atunci când apare necesitatea de studiere a surselor interne de dezvoltare a activității economice a entităților comerciale, un rol semnificativ îl are analiza eficienței activității economice a entităților, a cărei metode de evaluare, în prezent, nu sunt destul de bine determinate și se diferențiază după semnificația și conținutul acestora în general. Deopotrivă, după cum s-a demonstrat și în literatura de specialitate, până în momentul de față, nu a fost formulată o definiție clară a conceptului de eficiență a activității economice a entității comerciale. Într-un spectru mai larg, în literatura economică, aceasta este tratată ca raportul dintre efect sau rezultatul obținut față de cheltuielile suportate și resursele investite, care caracterizează realizarea acestuia.

Din definiție rezultă că din elementele de bază a oricărei metode de calcul a eficienței, inclusiv eficiența activității economice a întreprinderii, fac parte, în primul rând, indicii care caracterizează rezultatul sau efectul activității evaluate sau a procesului (ca indici comparativi – indice al calculului eficienței), precum și indicii care se referă la rezultatul sau efectul scontat (ca bază de comparație – indice al calculului eficienței).

Dar, în ceea ce privește conținutul atât al indicilor comparativi, cât și a indicilor bazei de comparație, oamenii de știință care se ocupă cu problemele de analiză a eficienței nu au ajuns la un consens. Studiarea diferitor puncte de vedere referitor la calculul acesteia a permis stabilirea a două abordări fundamentale de evaluare a eficienței activității economice a întreprinderii. Le vom considera ca abordare potențială (de resurse) și abordare de cost (Figura 1).

Abordările principale de evaluare a eficienței activității economice a întreprinderii	
Abordarea potențială (de resurse)	Abordarea de cost
Componentele de calcul:	
<i>Indicatorul comparativ (numărător):</i>	
Venitul din vânzări	Venitul din vânzări
<i>Baza de comparație (numitor):</i>	
Resursele neutilizabile	Resursele utilizabile (cheltuieli)

Figura 1. Componentele calculului eficienței activității economice a entității conform abordărilor de bază

Studierea abordărilor de evaluare a eficienței activității entității comerciale, menționate în Figura 1, a demonstrat că atât abordarea potențială, cât și cea de cost sunt identice în ceea ce privește indicii comparați. În ambele cazuri, drept indici comparativi este considerat venitul din vânzări. Aceștia se deosebesc unul de celălalt doar prin bazele de comparație. În ceea ce privește abordarea potențială, în calcul se iau resursele neutilizate, iar în cazul abordării de cost – resursele utilizabile. Pentru evaluarea curentă a eficienței activității economice a entității este necesar a se lua în calcul anume abordarea de cost, care, luată ca bază comparativă, ia în calcul acele cheltuieli care reprezintă doar resursele utilizabile. Deoarece, anume acestea demonstrează caracteristica factologică a cantității de resurse folosite, atribuite cheltuielilor, ceea ce permite, în cazul dat, să vorbim de o eficiență reală a activității entității comerciale. Când privește indicii, care includ în baza comparativă resursele neutilizabile, atunci aceștia, în contextul caracteristicii eficienței factologice (reală) activității economice a entității comerciale nu au practic nici o conexiune și pot fi luați în considerație doar la calcularea eficienței prognozate (viitoare), de exemplu: caracterizează eficiența potențială, care este stabilită doar pentru evaluarea atracției investiționale.

Privitor la caracteristicile calitative ale indicatorilor, aplicați în analiza eficienței activității economice a întreprinderii și descriși în literatura de specialitate, abordarea pe cost, cât și cea potențială pot fi stabilite, la modul figurat, drept elemente de bază ale abordării economice. Ca indicatori ai eficienței economice bazată pe cost pot fi incluși: cheltuielile materiale, amortizarea, cheltuielile privind energia electrică și termică și alți indicatori similari; iar în ceea ce privește indicatorii abordării potențiale – rentabilitatea capitalului propriu, productivitatea muncii, randamentul resurselor materiale și a mijloacelor fixe etc.

Cu toate că abordarea pe cost ai analizei eficienței activității entității comerciale de asemenea permite determinarea cantității, evaluează tendința de utilizare a resurselor, aceasta nu evidențiază cea mai importantă componentă ai eficienței activității entității comerciale, cum ar fi profitul net al acesteia. Din aceste considerente, la formarea sistemului de indicatori ce caracterizează abordarea economică a eficienței activității economice a întreprinderii, important este ca cel mai mult să ne orientăm spre indicele profitului net, care, conform calculului acesteia, constituie un indice comparativ, ce este raportat la active sau la capitalul propriu, sau la profitul obținut din activitatea de bază a entității (ca bază comparativă), și caracterizează rentabilitatea entității comerciale, care presupune calculul următorilor indicatori, cum ar fi: rentabilitatea activelor, rentabilitatea activelor investite, rentabilitatea capitalului propriu, rentabilitatea vânzărilor etc.

Respectiv, putem concluziona că abordarea economică a analizei eficienței activității entității comerciale oferă posibilitatea de a determina tendințele eficienței resurselor utilizate și de a crea o caracteristică calitativă a acesteia, prin intermediul determinării evaluării cantitative a factorilor care influențează asupra ei. Din această cauză, abordarea economică a evaluării eficienței entității comerciale în mare parte este orientată spre caracteristica cantitativă a acesteia. În același timp, în economia de piață, pentru analiza eficienței, important este necesar de a lua în calcul și sursele de finanțare a activelor. De aceea, în sistemul indicatorilor care caracterizează eficiența activității entităților comerciale, de rând cu indicii ce determină așa-numită abordare economică, trebuie să fie incluși și indicii financiari care caracterizează starea financiară a întreprinderii și includ: coeficientul stabilității financiare, coeficientul lichidităților curente, efectul pârghiei financiare etc. Aplicarea unor astfel de indici vorbește despre faptul că, la studierea eficienței activității economice a întreprinderii apare necesitatea de implementare nu doar a abordării economice, dar și a celei financiare, care permite determinarea calității resurselor utilizate.

Indicatorii economici și financiari tradiționali sus-menționați a evaluării eficienței activității entităților comerciale, grupați în secțiunea abordărilor propuse de autor, sunt prezentați în Figura 2.

Indicatorii economici și financiari ai evaluării eficienței activității entităților comerciale				
Abordarea economică		Abordarea financiară		
Abordarea bazată pe cost	Abordarea conform profitabilității nete			
<i>Indicatorul comparativ (numărător)</i>				
Venitul din vânzări	Profitul net	Capitalul propriu și datoriile pe termen lung	Actiunile curente	Capitalul împrumutat
<i>Baza de comparație (numitor)</i>				
Resursele utilizabile (cheltuieli)	Actiunile sau capitalul propriu, sau profitul din activitatea operațională	Valuta bilanțului	Datoriile termen scurt	Capitalul propriu
<i>Indicii evaluării eficienței activității economice a întreprinderii</i>				
Cheltuieli materiale Cheltuieli salariale Cheltuieli privind amortizarea Alte cheltuieli operaționale	Rentabilitatea activelor Rentabilitatea activelor curente Rentabilitatea capitalului propriu Rentabilitatea vânzărilor	Coeficientul stabilității financiare	Coeficientul lichidităților existente	Punctul de sprijin al pârghiei financiare la calcularea efectului pârghiei financiare

Figura 2. Indicatorii economici și financiari ai analizei eficienței activității entităților comerciale

Analizând datele prezentate în Figura 2, observăm că fiecare din abordările recomandate pentru evaluarea eficienței entităților comerciale se realizează sub aspectul unor indicatori analitici concreți, care, în agregat, reprezintă o metodologie complexă a analizei eficienței activității economice a întreprinderii. O astfel de metodologie este acceptabilă, practic, de toate întreprinderile din orice ramură, inclusiv de entitățile comerciale.

Dar, credibilitatea și realitatea acestora depind în mare parte de calitatea bazei informativ-analitice, care în prezent este reprezentată prin datele reflectate în bilanțul financiar de bază al entității și anume în bilanțul contabil, raportul de profit și pierderi și anexele acestora.

Este evident că niciuna din formele actuale de raportare financiară nu include vreun compartiment special, formular de raportare separat, dedicat evaluării eficienței activității economice a întreprinderii. Cu toate acestea, un astfel de compartiment este important nu doar pentru utilizatorii externi: investitori, creditori, companii de creditare și financiare, ci, în primul rând, pentru utilizatorii interni cu scopul de a recepționa deciziile administrației. Lipsa informației

analitice necesare pentru evaluarea eficienței activității economice a entității comerciale atât pentru raportarea internă, cât și pentru cea externă, reflectă insuficiența de transparență a formelor actuale de raportare financiară care, la rândul lor, diminuează calitățile acesteia, cum ar fi utilitatea și operativitatea.

Ba mai mult, deși raportarea financiară modernă este reglementată prin actele legislative naționale, aceasta se apropie, după formă și conținut, de standardele internaționale de raportare, dar aceasta mai include și un șir de lacune care îngreunează evaluarea eficienței activității economice a întreprinderii, care asigură evaluarea complexă a eficienței activității economice a entității comerciale. Astfel, formele existente al rapoartelor financiare conțin articole complexe însă pentru analiza eficienței entităților comerciale sunt necesare datele analitice pentru calcularea indicatorilor economici. Anume acest fapt diminuează calitatea informației incluse în rapoartele financiare.

În scopul efectuării analizei informative a bazei de evaluare a eficienței activității economice a întreprinderii, vom analiza mai detaliat componentele principale ale calculului acesteia. Reamintim că am stabilit indicii economici și financiari necesari pentru evaluarea eficienței activității entităților comerciale. După cum s-a demonstrat la examinarea abordării pe cost, pentru evaluarea eficienței activității economice a întreprinderii, tradițional, în calculul acesteia este inclus venitul din vânzări, reflectat în raportul de profit și pierderi. Dar, în vederea analizării eficienței activității economice a întreprinderii indicele venitului, indicat în raportul de profit și pierderi, nu este exact, deoarece acesta indică atât venitul plătit de cumpărător, cât și venitul „pentru marfa descărcată (producție etc.)”, venitul viitor încă neachitat de cumpărător și clienți. Această practică de formare a venitului din vânzări rezultă din cerințele de întocmire a rapoartelor financiare conform actelor normative și legislative, care presupun stabilirea venitului conform principiului contabilității de angajamente. Aceasta diminuează calitatea acestui indicator și anume nu permite examinarea valorii reale ale acestuia, deoarece există probabilitatea de netransferare a mijloacelor bănești. Dar, din cauza că plățile pentru venitul din vânzări sunt stipulate în contract, venitul din vânzări primit la conturile curente, menționat în raportul de profit și pierderi, poate fi determinat ca venit nominal din vânzări. Iar pentru evaluarea reală a eficienței activității economice a entităților comerciale sub aspectul indicilor economici, este mult mai corect de a calcula venitul din vânzări în momentul recepționării de facto a mijloacelor bănești de la cumpărători (clienți) pentru produsele (producția) vândute, lucrările efectuate sau serviciile prestate pentru perioada facturată, de exemplu: calcularea venitului real din vânzări.

În afară de aceasta, pentru determinarea venitului real din vânzări este logic de inclus și avansurile primite la sfârșitul perioadei de raportare de la cumpărători pentru livrările de produse, mărfuri, lucrări, servicii, deoarece acestea sunt mijloace financiare „vii”, reale în contul livrărilor de produse (lucrări, servicii) ulterioare.

Introducerea în raportul de profit și pierderi a venitului din vânzări cu plată directă și a avansurile primite, nu doar va permite sporirea analitică a evaluării eficienței activității economice, dar și crearea condițiilor pentru creșterea nivelului decizional al administrației. Varianta presupusă de formare a venitului real din vânzări este prezentată în Figura 3, sub forma unei formule după cum urmează:

$$\text{Venitul real din vânzări} = \text{Venitul din vânzări - obținut în perioada de facturare} + \text{Avansuri primite de la cumpărători și clienți la sfârșitul perioadei de facturare}$$

Figura 3. Algoritmul de formare a venitului real al activității operaționale, recomandate pentru calculul indicilor economici pentru analiza eficienței activității economice a entității comerciale

Să analizăm baza de date a fiecărui element utilizat pentru calculul menționat în Figura 3. Venitul din vânzări obținut în perioada de facturare, dar și avansurile primite pot fi determinate doar cu ajutorul datelor indicate în contabilitatea financiară în „Raportul privind fluxul mijloacelor bănești” (forma nr. 4), unde sunt evidențiate mijloacele primite de la cumpărători (clienți). Această informație nu se întâlnește în nici o altă formă de evidență financiară (contabilă). Dar, după cum demonstrează practica, nu toate întreprinderile întocmesc, conform legislației în vigoare, raportul privind fluxul mijloacelor bănești. Aceasta se referă, în primul rând, la întreprinderile micului bussines, care întocmesc doar bilanțul contabil și raportul de profit și pierderi. De aceea, informația referitor la venitul real obținut din vânzări, inclusiv avansurile primite, logic ar trebui să fie prevăzută pentru toți utilizatorii și, în primul rând, în raportul de profit și pierderi, unde este necesar de a indica cu linie „de trimitere” separată.

Tabelul 1

Calculul venitului din vânzări al indicatorului eficienței activității economice a întreprinderii, prezentat în baza metodologiei tradiționale și propuse conform studiului entităților comerciale pentru anul 2012

Denumirea întreprinderii	2012				2012			
	Venitul din tipurile obișnuite de activitate, mii lei		Modificarea		Indicatorul eficienței activității economice a întreprinderii		Modificare	
	calculul tradițional	calculul corectat	absolută, mii lei	relativă, %	calculul tradițional	calculul corectat	absolută, mii lei	relativă, %
SRL „X”	438,97	533,84	+94,87	+21,6	0,40	0,82	+0,42	+105,0
SRL „Y”	775,11	854,74	+79,63	+10,7	4,45	5,22	+0,77	+17,3
SRL „Z”	450,33	501,02	+50,69	+11,3	1,14	1,31	+0,17	+14,9
SA „D”	501,75	626,73	+124,98	+24,9	0,71	0,89	+0,18	+25,4
SA „E”	558,84	1702,55	+1143,71	+204,7	4,35	8,53	+4,18	+96,1

Analiza modificării venitului din activitatea operațională a entităților comerciale pentru anul 2012, calculat conform metodologiilor tradițională și propusă, a permis stabilirea următoarelor concluzii. Venitul din activitatea operațională, calculat conform metodologiei propuse, a crescut în comparație cu datele raportate. O modificare semnificativă a venitului din activitatea operațională de 1143,71 mii lei, ceea ce a constituit 204,7%, s-a observat în 2012 la SA „E”, fapt care, în primul rând, este legat de specificul vânzării bunurilor economice și condițiile de plată stabilite în contracte.

O situație similară se observă și la celelalte întreprinderi ce practică activitatea comercială. Prin urmare, s-a modificat și indicele calculat al eficienței activității economice a întreprinderii în conformitate cu metodologia stabilită în comparație cu cea tradițională. Calculul conform metodologiei stabilite a indicelui eficienței activității economice a entităților comerciale a dus la creșterea acestuia și anume o schimbare importantă observându-se la SRL „X” (de 105,0%) și la SA „E” (de 96,1%). Aceasta depinde, în primul rând, de volumul corectat al venitului din activitatea operațională, care este mult mai mare decât venitul din activitatea operațională calculat conform metodologiei tradiționale.

După cum a fost anterior demonstrat, pentru analiza eficienței activității economice a întreprinderii, un loc aparte îl ocupă profitul net ca indice comparativ, la analiza abordării economice a profitabilității nete, exactității și credibilității, care la fel, în mare parte, depind de calitatea bazei informative.

Să analizăm modul de formare a indicelui de profit net. În mod tradițional, acesta este calculat după corectarea indicelui „profitul până la impozitare” pentru sumele stabilite pentru active și a obligațiilor de impozitare și a excluderii din acesta a impozitului pe profit și alte plăți de taxe analogice (Figura 4).

Venituri din vânzări -	Costul vânzărilor+	Alte venituri operaționale+	Veniturile din activitatea neoperațională -	Cheltuielile activității neoperaționale +	Active amânate privind impozitul pe venit -	Datorii amânate privind impozitul pe venit -	Impozitul pe profit
Profit brut							
Profitul supus impozitării							
				Profit net			

Figura 4. Modul curent de formare a profitului net al perioadei de gestiune

Indicele de profit net, prezentat în Figura 4, poate fi determinat fie ca profit condiționat (nedistribuit) pentru perioada de gestiune, deoarece acesta urmează a fi repartizat conform normelor obligatorii (crearea fondului de rezervă, etc.) sau conform normelor logicii economice (plata dividendelor și altele). În afară de aceasta, la data întocmirii raportului de profit și pierderi, întreprinderea poate deține profituri din anii precedenți. Prin urmare nu ar fi fost destul de corect ca acest indice să fie luat în calcul pentru analiza eficienței activității economice a întreprinderii.

Am dori să atragem atenția asupra faptului că mulți autori numesc profitul nerepartizat de bilanț drept profit net, de exemplu: la fel ca și profitul indicat în raportul de profit și pierderi, dar, la momentul de față, acesta nu are o definiție comună. De remarcat că profitul nedistribuit de bilanț, ca element fundamental al capitalului propriu, mult mai exact exprimă opinia de profit net decât profitul net care este prezentat în raportul de profit și pierderi. Și, chiar dacă lipsește profitul nerepartizat din anii precedenți, indicele profitului nerepartizat de bilanț este mult mai real decât profitul net al perioadei de gestiune, prezentat în raportul de profit și pierderi, deoarece din acesta este exclusă nu doar suma impozitului pe venit, dar și sumele dividendelor transferate în capitalul de rezervă, sumele direcționate spre acoperirea pierderilor și în alte scopuri conform deciziei adunării reprezentanților întreprinderii.

Astfel, în scopul analizei eficienței activității economice a întreprinderii, după părerea noastră, mult mai corect ar fi ca la calcularea acesteia să se ia profitul nerepartizat (net) de bilanț ca indice comparativ, coraportat la o bază concretă de calcul.

Calculul profitului net și a indicelui eficienței activității entității comerciale, efectuate în conformitate cu raportul de profit și pierderi (conform metodologiei tradiționale) și cel de bilanț (conform metodologiei propuse) în baza exemplului entităților comerciale pentru anul 2012, este prezentat în tabelul 2.

Tabelul 2. Calculul profitului net și a indicelui eficienței activității economice a entității, efectuate în baza metodologiei tradiționale și propuse în baza studiului entităților comerciale pentru anul 2012

Denumirea întreprinderii	2012				2012			
	Profitul net, mii lei		Modificare		Indicatorul eficienței activității economice a întreprinderii		Modificare	
	calculul tradițional	calculul corectat	absolută, mii lei	relativă, %	calculul tradițional	calculul corectat	absolută, mii lei	relativă, %
SRL „X”	3,85	35,5	+31,65	+822,1	0,004	0,03	+0,026	+650,0
SRL „Y”	37,53	137,38	+99,85	+266,1	0,22	0,79	+0,57	+259,1
SRL „Z”	16,37	80,84	+64,47	+393,8	0,04	0,20	+0,16	+400,0
SA „D”	27,21	135,85	+108,64	+399,3	0,04	0,19	+0,31	+375,0
SA „E”	57,81	203,79	+145,98	+252,5	0,45	0,97	+0,52	+115,6

Analiza efectuată a modificării profitului net și a indicelui eficienței activității economice a entităților comerciale pentru anul 2012, calculate conform metodologiei tradiționale și stabilite, au dus la următorul rezultat: profitul net și indicele de eficiență a activității economice, calculate în conformitate cu metodologia stabilită, au crescut în comparație cu informația prezentată pentru toate întreprinderile.

Studierea ordinii de formare a profitului nerepartizat de bilanț a arătat că și aceasta are unele lacune, deoarece profitul nerepartizat este folosit ca asigurare financiară pentru dezvoltarea industrială a organizațiilor și a altor întreprinderi analogice la acumularea (crearea) unei noi proprietăți.

De aici putem concluziona că pentru a obține o informație reală a indicelui de profit net nedistribuit este important de a organiza calculul operativ al controlului său curent la compartimentul utilizare internă anuală sau distribuire a profitului net în vederea achiziționării și creării unei noi proprietăți. Însă, posibilitățile de corectare a profitului net conform datelor acestui tip de calcul sunt destinate doar utilizatorilor interni, pe care aceștia le utilizează pentru a lua decizii administrative de rigoare, dar, pentru utilizatorii externi, această informație va fi practic inaccesibilă, deoarece aceasta nu este inclusă în sistemul rapoartelor financiare.

Influența negativă asupra bazei informaționale a analizei eficienței activității economice a întreprinderii, o are introducerea în formele financiare naționale de bază a indicatorilor folosiți în scopul impozitării. Aceasta se referă la indicatorii care reflectă obligațiile de impozitare amânate și activele de impozitare amânate. Introducerea acestora au o influență negativă, în primul rând, asupra realității indicelui folosiți în cadrul abordării economice (referitor la profitabilitate netă), dar și în abordarea financiară. La aceștia pot fi atribuiți indicii care fac o caracterizare economică a capitalului împrumutat pe termen lung și activelor pe termen lung. Astfel, introducerea în capitolul IV a pasivului bilanțului indicelui „datorii amânate privind impozitul pe venit” datorită caracterului lor economic este un articol de corectare. Ba mai mult, conform standardelor internaționale de raportare financiară o astfel de datorie nu este inclusă în componența obligațiilor financiare, deci influență directă asupra evaluării situației financiare a entității comerciale și a eficienței acesteia nu are. Din această cauză pentru evaluarea eficienței activității economice a entității comerciale ca datoriile pe termen lung să fie corectate în favoarea obligațiilor fiscale amânate, care trebuie împărțite în cele pe termen lung și pe termen scurt și, respectiv, să fie efectuate în scopuri de corectare a datoriilor pe termen scurt.

Același lucru se referă și la activele pe termen lung (compartimentul I al bilanțului contabil), în componența cărora este inclus indicele activelor fiscale amânate, care duce la micșorarea impozitului pe venit, supus plății la buget în continuarea perioadei de raportare sau în perioadele următoare de raportare. Din punct de vedere economic, indicele raportat la activele (proprietatea) întreprinderii, practic, nu are nici o conexiune. Dar, suma acestuia mărește suma activelor pe termen lung și, astfel, influențează negativ asupra realității bazei informaționale pentru evaluarea tuturor indicilor, inclusiv a eficienței activității economice a întreprinderii.

Pentru înlăturarea lacunei menționate în ceea ce privește eficiența activității economice a întreprinderii din componența activelor pe termen lung luate în calcul ar trebui exclusă suma activelor fiscale amânate. O astfel de corectare va permite mult mai real de calculat mărimea indicilor de evaluare a eficienței activității economice a întreprinderii, de exemplu a acelor indici care se formează din contul activelor pe termen lung (rentabilitatea activelor) și a capitalului împrumutat (coeficientul de lichiditate curentă, punctul de sprijin financiar al pârghiei la calcularea efectului pârghiei financiare).

Astfel, recomandările de perfecționare a bazei informaționale a analizei eficienței activității economice a întreprinderii permit:

- îmbunătățirea calității bazei informaționale necesare pentru evaluarea eficienței activității economice a întreprinderii;
- satisfacerea cererii diferitor utilizatori de informație cu anumite detalieri;
- luarea în calcul a standardelor naționale și internaționale de raportare financiară;
- experiența acumulată la reflectarea indicatorilor necesari pentru evaluarea eficienței activității economice a întreprinderii.

Bibliografie:

1. Ișfănescu, A., Stănescu, C., Băcuși, A. *Analiza economico-financiară*. București: Editura Economică, 2004.
2. Nedeița, A. Recomandări practice privind întocmirea notei explicative la raportul financiar anual. *Contabilitate și audit*. 2012, nr.2, p. 56-57.
3. Needles, B., Anderson, H., Caldwell, I. *Principiile de bază ale contabilității*. Chișinău: ARC, 2000.
4. Tabără, N., Horomnea, E., Toma, C. *Analiza contabil-financiară*. Iași: TIPO Moldova, 2008.
5. Бернштейн, Л.А. *Анализ финансовой отчетности*. М.: Финансы и статистика, 2009.
6. Савицкая, Г.В. *Анализ хозяйственной деятельности предприятия*. Минск: Новое знание, 2010

ASPECTE APLICATIVE ALE ANALIZEI REDUCERII CAPITALULUI SOCIAL AL SOCIETĂȚII PE ACȚIUNI

*Chirilov Nelea, lect. sup.,
Academia de Studii Economice din Moldova*

This paper is dedicated to the applicative aspects of analysis of a joint stock company's social capital reduction. There are studied problems related to analysis of the degree of withdrawal of placed shares and the reduction of social capital composed of shares without nominal or fixed value, in case when social capital's reduction occurs through the cancellation of treasury shares. Mentioned aspects are investigated based on real examples of domestic stock companies.

Key words: joint stock, social capital, economic efficiency, reduction.

Particularitățile analizei diminuării capitalului social al societății pe acțiuni rezultă preponderent din legislația autohtonă, care reglementează formarea și modificarea acestuia. În practica economică apare necesitatea investigării mai minuțioase a aspectelor aplicative ale analizei reducerii capitalului propriu al emitentului acțiunilor în scopul fundamentării unor decizii economice adecvate.

Deosebit de importantă pentru societățile pe acțiuni este analiza capitalului social în cazul diminuării acestuia prin anularea acțiunilor de tezaur. În acest context, la analiza formării și modificării capitalului societății pe acțiuni trebuie de stabilit gradul de retragere a acțiunilor plasate, concomitent ținându-se cont de structura capitalului social sub aspectul claselor de acțiuni.

În continuare vom examina și descrie metodică analizei respective în baza datelor emitentului „Nufărul” S.A.

Exemplul 1. Emitentul „Nufărul” S.A. la 1 ianuarie 2011 în Registrul de stat al valorilor mobiliare avea înregistrate 279939 acțiuni ordinare și 56800 acțiuni preferențiale. La data de 29 septembrie 2011 în Registrul de stat al valorilor mobiliare a fost înregistrată reducerea capitalului social prin anularea a 200923 acțiuni ordinare de tezaur și 56800 acțiuni preferențiale de tezaur.

În scopul aprecierii evoluției valorilor mobiliare și structurii capitalului social sub aspectul claselor de acțiuni propunem următorul tabel analitic.

Tabelul 1. Aprecierea evoluției valorilor mobiliare și structurii capitalului social al emitentului „Nufărul” S.A. sub aspectul claselor de acțiuni în anul 2011

Clase de acțiuni	Numărul valorilor mobiliare, unități			Valoarea nominală a valorilor mobiliare, lei	Capitalul social			
	în circulație la 01.01.2011	acțiuni de tezaur anulate la 29.09.2011	în circulație la 31.12.2011		la 01 ianuarie 2011		la 31 decembrie 2011	
					Suma, lei	Cota, %	Suma, lei	Cota, %
1	2	3	4=2-3	5	6=2×5	7	8=4×5	9
Acțiuni ordinare	279939	200923	79016	10	2799390	83,13	790160	100
Acțiuni preferențiale	56800	56800	-	10	568000	16,87	-	-
Total	x	x	x	x	3367390	100	790160	100

Sursa: elaborat de autor în baza generalizării datelor din hotărârea Comisiei Naționale a Pieței Financiare Nr. 47/5 din 29.09.2011 cu privire la înregistrări în Registrul de stat al valorilor mobiliare și raportul anual al emitentului „Nufărul” S.A. pentru anul 2011

Din datele prezentate în tabelul 1 se observă că pe parcursul anului 2011 au survenit modificări în structura capitalului social al emitentului „Nufărul” S.A. sub aspectul claselor de acțiuni. La începutul anului 2011 valoarea acțiunilor preferențiale a constituit cota de 16,87% din valoarea totală a capitalului social. Aceasta ne permite să observăm că, în fond, se respectă prevederile art. 14 alin. (8) al Legii privind societățile pe acțiuni, conform căruia „cota-parte de acțiuni preferențiale nu poate depăși 25% din capitalul social al societății” [1].

În luna septembrie 2011 a avut loc reducerea capitalului social cu 2577230 lei prin anularea a 200923 acțiuni ordinare de tezaur și 56800 acțiuni preferențiale de tezaur. De menționat că la data înregistrării reducerii capitalului social în Registrul de stat al valorilor mobiliare, la emitentul „Nufărul” S.A. cota acțiunilor de tezaur în capitalul social alcătuia 76,53% ($(200923 \text{ acțiuni} \times 10 \text{ lei} + 56800 \text{ acțiuni} \times 10 \text{ lei}) \div 3367390 \times 100$). În acest context, devine importantă aprecierea gradului de retragere a acțiunilor plasate, pentru că potrivit art. 13 alin. (6) al Legii privind societățile pe acțiuni, „valoarea nominală (fixată) a acțiunilor de tezaur de o singură clasă sau de mai multe clase nu poate depăși 10% din capitalul social al societății” [1]. Datele emitentului „Nufărul” S.A. reclamă faptul că au fost încălcate cerințele legislative menționate.

În această situație urmează de respectat prevederile art. 13 alin. (8) al legii nominalizate, și anume „în caz de încălcare a cerinței alin. (6), societatea va înstrăina acțiunile de tezaur în cel mult un an de la data încălcării cerinței menționate. Acțiunile care nu au fost înstrăinate în acest termen vor fi anulate, societatea fiind obligată să reducă corespunzător capitalul său social” [1].

Analiza dată trebuie aplicată în calitate de procedură analitică pentru a lua în considerare legile și reglementările într-un audit al situațiilor financiare. Auditorul trebuie să verifice la timp două aspecte importante: *aspectul cantitativ*, ce ține de respectarea prevederilor art. 13 alin. (6) al Legii privind societățile pe acțiuni și *aspectul temporal* ce vădește de respectarea cerințelor art. 13 alin. (8) al legii nominalizate [1].

În cazul când capitalul social al emitentului este format din acțiuni a căror valoare nominală sau fixată nu a fost stabilită, deosebit de importantă devine analiza modificării capitalului emitentului când are loc reducerea capitalului social prin anularea acțiunilor de tezaur și/sau mărirea capitalului social prin plasarea de acțiuni ale emisiunii suplimentare. Problema constă în faptul că pot apărea unele divergențe la aplicarea cerințelor legislației, care stabilește unele restricții privind cota acțiunilor de tezaur și costul minim al acțiunilor plasate suplimentar.

În continuare, în baza altui exemplu, vom analiza modificarea capitalului social format din acțiuni fără valoare nominală sau fixată în cazul când are loc reducerea capitalului social prin anularea acțiunilor de tezaur și mărirea capitalului social prin plasarea de acțiuni ale emisiunii suplimentare. În acest scop vom apela la datele emitentului „JLC- Invest” S.A. pentru anii 2008 – 2012.

Exemplul 2. Emitentul „JLC-Invest” S.A. a plasat acțiuni a căror valoare nominală sau fixată nu a fost stabilită. Capitalul social al societății la data de 01.01.2009 este egal cu valoarea sumară a aporturilor depuse în contul plății acțiunilor – 45000000 lei, format din 62021773 acțiuni ordinare fără valoare nominală. La data de 14.08.2009, Consiliul de administrație a Comisiei Naționale a Pieței Financiare aproba decizia cu privire la reducerea capitalului social al societății „JLC-Invest” S.A. prin anularea a 3783106 acțiuni de tezaur. Capitalul social al societății pe acțiuni, după reducere, va constitui 42255160 lei divizat în 58238667 acțiuni ordinare nominative de clasa I fără valoare nominală. La 18.05.2012 în Registrul de stat al valorilor mobiliare a înregistrat rezultatele emisiunii suplimentare de acțiuni în sumă de 3600000 lei în număr de 4961753 acțiuni ordinare nominative fără valoare nominală din contul mijloacelor bănești.

Pentru analiza evoluției valorilor mobiliare și mărimii capitalului social al emitentului „JLC-Invest” S.A. în anii 2008 – 2012 propunem următorul tabel analitic.

Tabelul 2. Analiza mărimii și evoluției capitalului social al emitentului „JLC-INVEST” S.A. în anii 2008 – 2012

Perioada	Numărul acțiuni ordinare fără valoare nominală, unități				Capital social, lei	Valoarea medie a unei acțiuni ordinare, lei
	la începutul anului	acțiuni de tezaur anulate	plasate în emisiuni suplimentare	la sfârșitul anului		
1	2	3	4	5=2-3+4	6	7=6 ÷ 5
Anul 2008	62021773	-	-	62021773	45000000	0,726
Anul 2009	62021773	3783106	-	58238667	42255160	0,726
Anul 2010	58238667	-	-	58238667	42255160	0,726
Anul 2011	58238667	-	-	58238667	42255160	0,726
Anul 2012	58238667	-	4961753	63200420	45855160	0,726

Sursa: elaborat de autor în baza generalizării datelor din comunicatul informativ al Ședinței Consiliului de Administrație al Comisiei Naționale a Pieței Financiare din 14 august 2009, hotărârea Nr. 21/5 din 18.05.2012 cu privire la înregistrări în Registrul de stat al valorilor mobiliare și rapoartele anuale al emitentului „JLC-Invest” S.A. pentru anii 2008-2012

Conform informației prezentate în tabelul 2, capitalul social al emitentului „JLC- Invest” S.A. în anii 2008 – 2012 a fost format exclusiv din acțiuni ordinare fără valoare nominală sau fixată. Informația din tabel demonstrează că mărimea capitalului social, înregistrată în bilanț în anii 2008 – 2012, depășea cu mult mărimea minimă stabilită de legislație (20000 lei), ceea ce indică suficiența capitalului social al emitentului „JLC- Invest” S.A. în comparație cu prevederile art. 40 alin. (2) al Legii privind societățile pe acțiuni [1].

De menționat că o problemă importantă, care apare în cazul plasării acțiunilor fără valoare nominală sau fixată, constă în aprecierea respectării cerințelor legale privind gradul de retragere a acțiunilor plasate fără valoare stabilită. În acest context, art. 13 alin. (6) al Legii privind societățile pe acțiuni [1] nu stabilește restricția privind cota acțiunilor de tezaur pentru emitenții care au plasat acțiuni fără valoare nominală sau fixată. În cazul când societatea pe acțiuni plasează acțiuni fără valoare stabilită, pentru evaluarea gradului de retragere a acțiunilor plasate, trebuie să se utilizeze valoarea medie a unei acțiuni ordinare. De menționat că valoarea medie a unei acțiuni ordinare se va determina ca raportul dintre valoarea capitalului social și numărul acțiunilor ordinare în circulație la data concretă.

Întrucât acțiunile ordinare ale emitentului „JLC- Invest” S.A. sunt fără valoare nominală, în tabelul 2 a fost calculată valoarea medie a unei acțiuni ordinare în circulație la sfârșitul fiecărei perioade analizate.

În baza datelor din acest exemplu, cota-parte a acțiunilor de tezaur din capitalul social alcătuiește 6,10% ($3783106 \text{ acțiuni} \times 0,726 \text{ lei} \div 45000000 \text{ lei} \times 100$), ceea ce indică respectarea cerințelor legale privind gradul de retragere a acțiunilor plasate la data de 01.01.09.

În aceeași ordine de idei, conținutul art. 13 alin. (6) al Legii privind societățile pe acțiuni [1], trebuie modificat astfel încât să fie stabilite restricții privind gradul de retragere a acțiunilor plasate și pentru capitalul social format din acțiuni plasate fără valoare nominală sau fixată.

Este important de remarcat că actualmente legea nominalizată nu conține cerințe cu privire la costul minim al acțiunilor plasate suplimentar fără valoare nominală sau fixată. Prin urmare, o problemă importantă, care apare în cazul plasării acțiunilor din emisiunea suplimentară, constă în aprecierea respectării cerințelor legale privind prețul minim al acțiunilor. În conformitate cu prevederile art. 44 alin. (3) al Legii privind societățile pe acțiuni: „costul plasării acțiunilor de aceeași clasă va fi nu mai mic decât valoarea nominală sau valoarea fixată a acestora” [1]. În cazul când societatea pe acțiuni plasează acțiuni suplimentare fără valoare nominală sau fixată, costul plasării acțiunilor trebuie să fie nu mai mic decât valoarea medie a unei acțiuni plasate până la emisiunea suplimentară de acțiuni.

În cazul emitentului „JLC-Invest” S.A. la 18.05.2012 s-a efectuat emisiunea suplimentară de 4961753 acțiuni ordinare nominative fără valoare nominală din contul mijloacelor bănești. Valoarea medie a unei acțiuni în circulație până la emisiunea suplimentară de acțiuni constituia 0,726 lei. Emitentul „JLC-Invest” S.A. a plasat acțiuni suplimentare la acest preț, prin urmare capitalul social s-a majorat cu 3 600 000 lei (4961753 acțiuni × 0,726 lei).

Din cele menționate mai sus considerăm, că trebuie modificat conținutul art. 44 alin. (3) al Legii privind societățile pe acțiuni [1] în felul următor: „Condițiile emiterii suplimentare de acțiuni, inclusiv prețul plasării lor, vor fi aceleași pentru toți achiziționării de acțiuni. Costul plasării acțiunilor de aceeași clasă va fi nu mai mic decât valoarea nominală, valoarea fixată sau valoarea medie a unei acțiuni (pentru acțiunile fără valoare nominală sau fixată)”.

În concluzie vom menționa că aspectele aplicative prezentate scot în evidență realități clare privind analiza modificării capitalului social al emitentului acțiunilor și oferă informații valoroase pentru elaborarea, fundamentarea și adoptarea unor decizii economice adecvate.

Bibliografie:

1. Legea Republicii Moldova privind societățile pe acțiuni. Nr.1134-XIII din 02.04.97. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 1997, nr. 38-39 / 332. Disponibil: <http://cnpf.md/md/leginorm/>
2. Țiriulnicova, N. Specificul analizei capitalului emitentului la plasarea acțiunilor cu sau fără valoare nominală. În: *Contabilitatea și auditul în contextul integrării economice europene: progrese și așteptări*: Conferința Științifică Internațională din 5 aprilie 2013. Chișinău: CRIO, 2013, pp. 277-280.

УЧЁТ ДОХОДОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА УКРАИНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Карпенко Д. В., асп.,

Киевский национальный торгово-экономический университет, Украина

The state of modern accounting of income at the enterprises of the restaurant business in Ukraine is considered. Methodological basis of the formation of information on income in financial accounting was highlighted. The traditional methods of accounting regarding the modern users needs of information about income of enterprises of restaurant business were expanded. The obligations of the responsible persons which are necessary for the organization of income accounting were stated.

Key words: *income accounting, financial accounting, restaurant business.*

Современные изменения в системе экономических отношений, связанные с нестабильностью экономики Украины, бурным развитием конкуренции, постоянными изменениями в законодательной базе и регулировании предпринимательской деятельности, приводят к тому, что субъекты хозяйственной деятельности объективно вынуждены функционировать в условиях неопределенности и риска. При этом роль учета возрастает, так как эффективность хозяйственной деятельности предприятий (независимо от их форм собственности, отраслевых особенностей, организационно-правовых форм, масштабов деятельности и т. п.) в значительной мере зависит от эффективности организации системы учета и отлаженности информационных потоков, ориентированных на потребности внутренних и внешних пользователей.

В менеджменте предприятий ресторанного бизнеса особое внимание отводится управлению доходами, поскольку именно они являются основным источником финансовых ресурсов и влияют на конкурентоспособность субъектов деятельности, а также являясь объектом налогообложения, позволяют пополнять государственный бюджет. Формирование оптимальной величины доходов позволяет покрывать все понесенные расходы, налоги и обеспечивать получение целевой прибыли, необходимой для постоянного функционирования субъектов хозяйственной деятельности.

Как показали проведенные исследования, за последние 10 лет общее количество предприятий ресторанного бизнеса Украины уменьшилось на 31,9% при соответствующем увеличении товарооборота в 4,5 раза. За 2009-2011 г.г. темп увеличения товарооборота в сельской местности превзошел этот показатель в городах на 4%. Также характерными для развития отрасли являются изменения в структуре предприятий по типам и классам, а именно: удельный вес количества предприятий высшего класса увеличился на 11,9%, при соответствующем уменьшении количества кафе (2,3%), баров (5,2%), столовых (4,7%).

Если рассматривать общие тенденции развития отрасли, то можно выделить как позитивные, так и негативные изменения, с которыми в определенной мере связано построение учётно-аналитической системы предприятий. Сокращение количества предприятий ресторанного бизнеса, снижение уровня обеспеченности населения такими предприятиями и местами в них относится к негативным характеристикам в развитии

отрасли. Позитивными изменениями можно считать увеличение объема товарооборота продукции собственного производства, количества предприятий с демократической ценовой политикой, повышение требовательности к компетентности кадров, появление новых форматов деятельности, ориентированных на современные запросы клиентов (*внимание потребителей* к качеству продукции, рациональному питанию и его безопасности) и необходимость обеспечения гибкости в предоставлении услуг. Оба вектора влияют на размер и уровень дохода предприятия.

В Украине большинство предприятий ресторанного бизнеса изменило формат предоставляемых услуг питания и организации досуга в их классическом понимании (реализация продукции собственного производства и покупных товаров). Актуализируется использование в деятельности в значительной мере развлекательных услуг, например: танцполов, караоке, кальянных, спортбаров и т.п., что приводит к изменению понимания основной концепции деятельности таких предприятий – расширяя ее от предоставления услуг питания к появлению индустрии гостеприимства и развлечения, и, как следствие, к изменению содержания информации учетного характера, необходимой для управления доходом.

Сущность учета в современном его понимании ведущими теоретиками национальной украинской школы учёта состоит в постоянном наблюдении за фактами хозяйственной деятельности отдельных объектов и способности отражать реальность в сознании людей и фиксировать ее на материальных носителях. В условиях конкуренции предприятий ресторанного бизнеса доходы становятся одним из наиболее важных объектов учета.

Методические основы финансового учета доходов в Украине раскрываются в национальном стандарте бухгалтерского учета 15 «Доход». В соответствии с этим регламентом под доходами понимают увеличение экономических выгод в виде поступления активов или уменьшения обязательств, которые приводят к увеличению собственного капитала (кроме увеличения капитала за счет взносов участников). Доходы предприятия рассматриваются в соответствии со следующими группами: доход от реализации продукции (товаров, работ, услуг), другие операционные доходы, финансовые доходы, другие доходы и чрезвычайные доходы. Основным принципом, которым руководствуются бухгалтеры при учете доходов, является принцип начисления и соответствия, а для отображения хозяйственных операций на счетах используется специальный класс счетов 7 «Доходы и результаты деятельности» с соответствующими субсчетами.

Таким образом, практикующие бухгалтеры при ведении учета доходов руководствуются национальными стандартами бухгалтерского учета, осуществляя наблюдение за формированием дохода, используя 8 традиционных способов (для наблюдения – документацию и инвентаризацию; для измерения - оценку и калькулирование; для группировки – систему счетов и двойную запись; для обобщения – баланс и отчетность). Однако на современном уровне развития ресторанного бизнеса этого недостаточно. Следует учесть то, что менеджерам нужна информация, которую не способен обеспечить финансовый учет, к примеру: о доходности точек продаж, о выручке от реализации на 1-го клиента, о сезонности реализации конкретных блюд и т.д. Кроме этого необходимо учитывать, что на предприятиях ресторанного бизнеса в ходе хозяйственной деятельности могут возникнуть упущенные выгоды (доходы) в результате принятия того или иного альтернативного решения, которые также требуют учёта с целью анализа возможных ситуаций формирования доходов и использования полученной информации для

принятия последующих управленческих решений. Так же не стоит забывать о наличии не прямых доходов, которые предприятие получает за счет деловой репутации, имиджа, корпоративной культуры и т.п. В следствии чего возникает необходимость использования приемов и методов других наук, то есть применения обоснованного учеными экономистами принципа методологического плюрализма [1, 2].

Представители научного сообщества в Украине активно исследуют информационные возможности учетных систем и разрабатывают предложения, направленные не просто на детализацию информации в подсистеме аналитического учёта, а и на создание ее в новом качестве. Учёные дискутируют об использовании традиционных методов учета и приходят к выводу, что управление формированием прибыли, стоимостью предприятия и другими важными объектами не приносит результатов без соответствующей информации. Это касается в полной мере и информации о формировании дохода. Индивидуальные запросы менеджеров требуют подготовки информации в нетрадиционных форматах. Например, руководителям ресторанов, как показывает проведенное анкетирование предприятий в Полтавской области, необходима информация для изучения эластичности спроса на продукцию собственного производства в зависимости от динамики дохода населения, сезонности, а также информации о потребностях разных групп клиентов, их ориентации на дополнительные виды услуг. Такая информация должна быть представлена в количественных и качественных оценках и базироваться как на документированных данных, так и на оценке упущенной выгоды.

Для организации учета доходов, полезного для лиц, ответственных за их величину, необходимо в практической деятельности реализовать следующие задачи:

- менеджерам – подготовить информационное поле запросов;
 - бухгалтерам-аналитикам - изучить информационные запросы внутренних и внешних пользователей, чтобы определить содержание и объем, форму необходимой для генерирования информации; проанализировать имеющиеся доступные информационные ресурсы, в том числе и внешние; освоить и применять современные методы исследования экономических объектов;
 - руководству - обеспечить возможности для современного технического обеспечения сбора и обработки информации, передачи внутренней отчетности.
- Не менее актуальными остаются задачи:
- своевременное и качественное документирование фактов хозяйственной деятельности, связанных с поступлением выручки от реализации продукции собственного производства и покупных товаров; предоставления дополнительных услуг, от других активов, приобретенных с целью перепродажи (кроме инвестиций в ценные бумаги), а также формированием дохода от использования активов третьими лицами, дохода в виде дивидендов, процентов и роялти;
 - подготовка базы данных (ведение регистров учёта, построение накопительных форм для учётно-аналитического обеспечения процесса принятия решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях управления доходом;
 - подготовка внешней и внутренней отчетности о доходах на основе соответствующих регламентов;
 - мониторинг процесса формирования доходов по центрам ответственности на основе выявленных несоответствий раннее запланированным параметрам с целью своевременного вмешательства;

- моделирование величины доходов для управления с учетом силы влияния основных факторов и их взаимовоздействия.

Таким образом, система учёта должна генерировать полезную информацию о фактических и возможных источниках формирования дохода во всех его проявлениях, обеспечивая подготовку необходимой менеджерам внутренней отчетности, что требует изменения философии мышления.

Литература:

1. Карпенко О.В. Управлінський облік: організація, методологія, методика викладання: монографія / О.В. Карпенко – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2005. – 341 с.
2. Пушкар М.С. Управлінський облік: нові підходи, ідеї, концепції. Сучасні проблеми системи обліку в Україні : монографія / М.С. Пушкар [та інші]. – Тернопіль: 2010. – 550 с.

PROBLEME CONCEPTUALE PRIVIND DETERMINAREA EFICACITĂȚII ȘI EFICIENȚEI ÎN PROCESUL DE ADOPTARE A DECIZIILOR

Zetia Vasile, drd.,

Academia de Studii Economice a Moldovei

„Unul din domeniile delicate ale teoriei economice și manageriale îl reprezintă eficiența și eficacitatea, pe de o parte, datorită complexității celor două categorii economice și, pe de altă parte, datorită greutăților reale înregistrate în comensurarea lor” [1, p. 87].

Determination of criteria for defining effectiveness and economic efficiency and their proper use in analyzing decisional subsystem of the organizations is considered a priority for modern organizations, that is why the company's management is obliged to understand the conceptual distance between terms of effectiveness and efficiency, taking as reference the theoretical approaches contemporary economic and management.

Key words: *techniques and means of decision-making, decision-making approach, decision-making capacity, useful area of comfort making, decision-making tools, decision-making methodology.*

Orice companie trebuie să aibă un sistem de management echilibrat din punct de vedere al eficacității, eficienței și a viabilității. Încă la începutul sec. al XX-lea, Fayol H. remarcă un fapt destul de important, și anume, că cel mai important fel de cunoștințe despre principiile conducerii sunt cele privind modul în care trebuie să le aplicăm [6]. Un atribut esențial al managerilor companiilor dintotdeauna a fost considerat crearea unui mediu decizional propice adoptării deciziilor, în vederea asigurării, integrale și la timp, a obiectivelor preconizate. Un element definitoriu constituie monitorizarea influenței factorilor asupra eficacității și eficienței deciziilor, cât și stabilirea parametrilor de bază, antrenați în procesul de gestiune.

Astfel, problema de investigație științifică înaintată este de a stabili și percepe distanța conceptuală dintre termenii de eficacitate și eficiență, având ca reper abordările economice și manageriale contemporane. Ca scop major, în articol se pune accentul pe determinarea criteriilor de definire a eficacității și eficienței economice, cât și utilizarea adecvată a acestora în analiza subsistemului decizional al organizației. Scopul formulat a permis autorului a stabili mai multe obiective de cercetare, după cum urmează: 1) descrierea conceptelor de eficacitate și eficiență în funcție de asemănările și diferențele existente în interpretarea acestora; 2) caracterizarea generală a subsistemului decizional al organizației, a etapelor decisive în dirijarea procesului de decizie și a punctelor critice de incidență existente între eficacitate și eficiență; 3) descrierea elementelor care vizează asigurarea parametrilor de eficacitate și eficiență în procesul de adoptare a deciziilor și formularea concluziilor.

Descrierea conceptelor de eficacitate și eficiență, cât și stabilirea asemănărilor și a diferențelor de interpretare a acestor doi termeni în diverse contexte, constituie o problemă importantă în procesul de analiză și adoptare a deciziilor în management. Termenii de **eficiență** și

eficacitate nu sunt noi, aceștia fiind atestați încă din antichitate. Cei doi termeni provin din latină: eficiența derivă din *efficere*, adică a efectua, iar eficacitatea din *efficax-efficax* sau care are efecte dorite. În domeniul economic referiri la eficiență pot fi întâlnite la mari gânditori economiști precum sunt Adam Smith sau Karl Marx. Conceptul de eficiență a cunoscut o largă răspândire și în secolul nostru. În prezent eficiența, de altfel, ca și eficacitatea, are semnificații foarte variate în diferite discipline. Totuși, termenul „eficiență” este foarte des confundat și „abuzat” din punct de vedere uzual prin folosirea termenului de „eficacitate”. Spre exemplu, cea mai simplă definiție a termenului de eficacitate, dată de Dicționarul on-line Explicativ al Limbii Române, vizează complementarizarea acestuia cu noțiunile de eficiență, folos, operativitate, productivitate, randament, valoare, putere ș.a. [12]. În același timp, o altă identitate a sa, atribuită din punct de vedere al managementului, desemnează prin eficacitate „forța unei cauze în a produce efectul său” [12]. În Enciclopedia Virtuală Wikipedia, la general, prin eficiență se are în vedere un concept măsurabil, calculat, din punct de vedere cantitativ, ca raport dintre ieșiri și intrări. În ceea ce privește conceptul de „eficacitate”, acesta este relativ vag și indeterminabil prin prisma cauzelor de atingere a obiectivelor. În multe dintre situații, eficiența poate fi exprimată ca un rezultat procentual din ce ar putea fi așteptată, identificându-se cu 100%, în cazul ideal. Eficiența, în general, descrie măsura în care timpul, efortul sau costul este bine utilizat pentru sarcina sau scopul stabilit [13]. Conform ISO 9000, eficacitatea reprezintă măsura în care sunt realizate activitățile planificate și sunt obținute rezultatele planificate, iar eficiența – relația între rezultatul obținut și resursele utilizate [8].

Punând, însă, accentul pe originile acestor doi termeni, în limba engleză, **eficiența** („doing things right”) are sensul de *a face lucrurile corect*, iar **eficacitatea** („doing the right things”) determină *capacitatea de a face lucrurile corecte*. Și mai mult, în procesul de elaborare a unei strategii, managerii uită adeseori de analiza detaliată a noțiunii de eficacitate, trecând direct la eforturile de obținere a eficienței. Din punctul nostru de vedere, însă, indiferent dacă **faci lucrurile cum trebuie**, este relativ dificil să obții excelență și avantaje competitive dacă nu **faci lucrurile care trebuie**. De aceea, o modalitate simplă de a distinge între eficiență și eficacitate este de a spune că „eficiența este de a face lucrurile bine”, în timp ce „eficacitatea este de a face lucrurile corecte”, bazându-ne pe premisa că alegerea obiectivelor de proces sunt la fel de importante ca și calitatea acestui proces. Cu toate acestea, eficacitatea nu întotdeauna înseamnă a face lucrurile corecte, uneori atingerea scopului final, realizarea obiectivelor poate fi efectuată trecând prin diverse etape controversate, lipsite de logică, accidental. Or, eficacitatea poate fi atinsă, uneori, întâmplător, neavând un sistem de management eficace, ceea ce nu garantează capacitatea companiilor de a livra consecvent produse/servicii de calitate.

O regulă generală de diferențiere, **dezvoltată în secolul al XIX-lea**, este regula 20/80, care aparține savantului **Vilfredo Pareto și care vizează faptul că 20% din populație deține 80 la sută din avuția națională** [2]. **Aplicabilitatea sa în diferite domenii face referire la faptul că 20% dintre eforturi (timpul consumat) generează 80% dintre efecte (rezultate)**. Este, deci, foarte productiv să ne concentrăm asupra acelor activități (20%) care generează cea mai mare parte a rezultatelor așteptate (80%). Completând interpretările atribuite termenilor de eficacitate și eficiență cu viziunile savanților în domeniu, considerăm a fi reprezentative următoarele delimitări, Tabelul 1:

Definiții date eficacității și eficienței în literatura de specialitate

Autorul	Eficacitatea	Eficiența
1	Drucker P. Cu referire la management, eficacitatea în afaceri este determinată de lucruri esențiale care pot fi și trebuie să fie deprinse de către un bun manager, cum ar fi: organizarea timpului, concentrarea asupra contribuției la activitatea organizației, identificarea momentului și modului de valorificare a punctelor forte pentru obținerea unui efect maxim, stabilirea priorităților adecvate, combinarea tuturor acestor elemente cu un proces decizional eficace [3].	În mare parte s-a impus prin tratarea științifică a eficienței factorului decizional și a efectelor sale asupra performanțelor organizațiilor [4].
2	Nicolescu I. Dimensionarea, structurarea și combinarea tuturor proceselor și relațiilor manageriale [6].	Maximizarea efectelor social-economice cuantificabile și necuantificabile ale organizației în vederea asigurării unei competitivități ridicate [6].
3	Verboncu I. 1) Eficacitatea constă în realizarea obiectivelor și exercitarea sarcinilor manageriale în condiții temporale și calitative prestabilite [10, p. 62]. 2) „Eficacitatea constă în realizarea obiectivelor și sarcinilor ce revin managementului în condițiile temporale și calitative prestabilite” [10, p. 87].	1) Eficiența presupune existența unor efecte, în raport cauzal cu eforturile depuse pentru obținerea lor [10, p. 62]. 2) „Eficiența economico-socială este definită prin ansamblul efectelor economico-sociale utile înregistrate la toate nivelurile societății, în raport cauzal cu eforturile depuse pentru obținerea lor” [10, p. 87].
4	Vasilescu I. ș.a. Eficacitatea este un efect (rezultat) în baza căruia se poate determina eficiența.	Eficiența se calculează ca raport între mărimea efectelor și a eforturilor sau între mărimea eforturilor și a efectelor [9, p. 50].
5	Mungiu-Pupazan C. Eficacitatea este parte a eficienței. Nivelul eficienței este cu atât mai ridicat cu cât este mai mare efectul util pe unitate de efort cheltuit sau cu cât este mai mic efortul consumat raportat la o unitate de efect util.	Eficiența economică înseamnă obținerea unor efecte economice utile, în condițiile cheltuirii într-un mod rațional și economicos a unor resurse materiale, umane, financiare, folosindu-se pentru aceasta metode științifice de organizare a activității [5, p. 144].
6	Certan S. Eficacitatea presupune a stabili cele mai adecvate obiective și a face lucrurile care trebuie pentru realizarea acestora. Eficacitatea sistemului de management se va manifesta prin corectitudinea obiectivelor stabilite pentru acest sistem și realizarea lor [1, p. 13].	„Eficiența – presupune a face lucrurile bine (cum trebuie) și se referă la relația dintre inputuri și outputuri. Eficiența reprezintă astfel o măsură a cât bine sau cât de productiv au fost folosite resursele organizației pentru atingerea obiectivelor” [1, p. 13].
7	Serduni S. 1) Eficacitatea (rezultativitatea) este parametrul prin care se arată măsura în care organizația se apropie de rezultatele preconizate, satisface așteptările principalelor grupe de interese și își îndeplinește obiectivele și sarcinile trasate [7, p. 24]. 2) Eficacitatea se referă la capacitatea organizației de a genera efecte pozitive fără a impune o abordare pronunțat economică a modului de atingere a acestora [7, p. 25].	Eficiența (productivitatea) este eficacitatea relativă și reflectă nivelul de productivitate al efortului. Prin indicatorul eficiența se măsoară nivelul de optimizare a proceselor interne legate de realizarea obiectivelor. Eficiența se măsoară cu ajutorul diversilor indicatori de rentabilitate [7, p. 25].

Sursa: sistematizat de către autor în baza surselor indicate

Astfel, chiar dacă DEX-ul și alte surse definesc termenii de eficacitate și eficiență ca sinonime, în literatura anglo-saxonă și mai exact în literatura americană diferența atribuită lor este una netă. Așadar, eficiența se raportează la costuri și reprezintă rezultatul optim care poate fi obținut din această investiție, iar eficacitatea se raportează la rezultat și ar fi obținerea maximumului de rezultat indiferent de costuri. Ideal ar fi ca ceva eficient să fie și eficace, adică o investiție să fie valorificabilă prin maximum de rezultate posibile, prezente și viitoare. În realitate, însă, se încearcă atingerea eficacității prin diversificarea și dezvoltarea de tehnici și metode mai eficiente. Totodată, vorbind despre utilizarea termenului de eficiență, acesta trebuie abordat într-o manieră multidimensională. Un reper pentru reprezentarea sa sistemică, a fost propus de savantul român, Verboncu I., din care se poate deduce că, indiferent de natura eficienței, latura sa economică interferează cu celelalte forme (militară, științifică, tehnologică etc.) - Figura 1, în literatură predominând chiar și o teză potrivit căreia „mai devreme sau mai târziu orice efect, indiferent de natura lui, se va transforma în efect economic”.

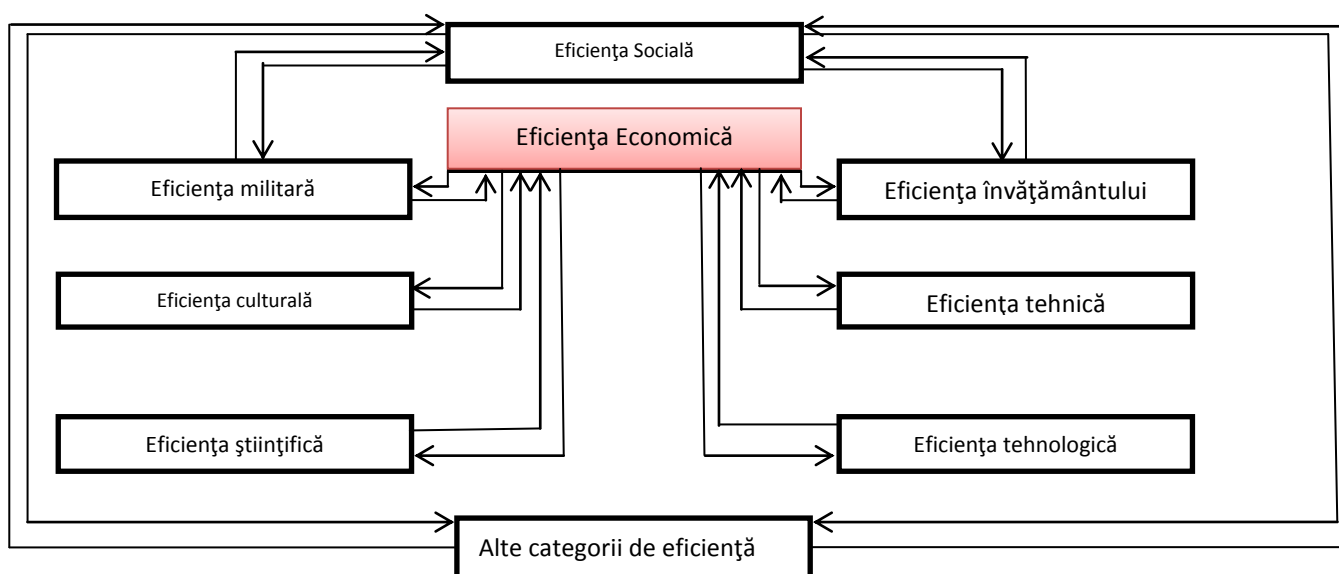


Figura 1. Abordarea sistemică a eficienței

Sursa: [10, p. 88]

Ca forme ale eficienței economice, în linii generale, avem în vedere următoarele:

1) Rentabilitatea – exprimă capacitatea agentului economic de a produce profit, și se calculează ca o rată prin raportarea profitului la costurile totale sau la alt indicator de consum. Orice rată constituie un indicator cu o mare putere de exprimare, deoarece se referă la finalitatea acțiunii întreprinzătorului.

2) Productivitatea muncii – este un alt indicator important al eficienței economice și arată cum este cheltuită munca umană. Se poate raporta volumul producției la numărul de ore lucrate aferente, dar și invers. Ea apare sub următoarele forme: a) productivitatea parțială – din folosirea fiecărui factor; b) productivitatea globală – din folosirea tuturor factorilor de producție; c) productivitatea medie – din folosirea timpului total de muncă; d) productivitatea marginală – sporul obținut la creșterea cu o unitate dintr-un factor, ceilalți rămânând constanți. Asupra nivelului și dinamicii productivității muncii influențează factori sociali, economici, psihologici, tehnici și educaționali și (nu în toate cazurile) factorii naturali. De aceea, drept căi de sporire a productivității muncii sunt următoarele: promovarea tehnologiilor moderne; buna organizare și conducere; climatul social adecvat muncii; competența profesională a factorului uman; realizarea motivației economice a participanților la producție ș.a., astfel, sensul eficienței activității

productive a utilizării resurselor diferă după nivelurile organizatorice ale economiei, interesele care se urmăresc, locul unde se desfășoară acțiunea. O eficiență ridicată se obține în condițiile unei tehnologii moderne, care valorifică la maximum materiile prime și energia, asigură produse de calitate superioară la un cost redus.

La fel, pentru o determinare completă și complexă, este important de a demonstra gradul de condiționare a eficienței și eficacității pe categorii de subsisteme metodologico-manageriale. Ca subsisteme metodologico-manageriale considerăm următoarele: 1) subsistemul metodologic; 2) subsistemul decizional; 3) subsistemul informațional și 4) subsistemul organizatoric (Figura 2).

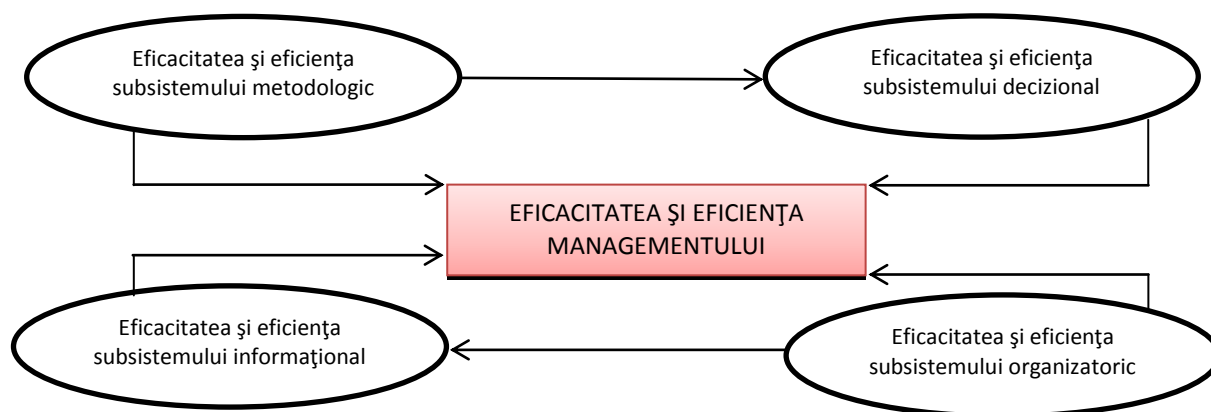


Figura 2. Condiționarea eficacității și eficienței managementului
Sursa:[10, p. 89]

Astfel, din analiza Fig. 1, se face deductibilă afirmația că gradul de incidență a eficacității și a eficienței, pe categorii de subsisteme de management, contribuie la condiționarea nivelului de performanță a managementului organizației, în ansamblu. În acest sens, performanța sistemului metodologico-managerial va depinde și de nivelul de eficacitate și eficiență al instrumentarului și, respectiv, a metodologiilor de gestiune (Figura 3).

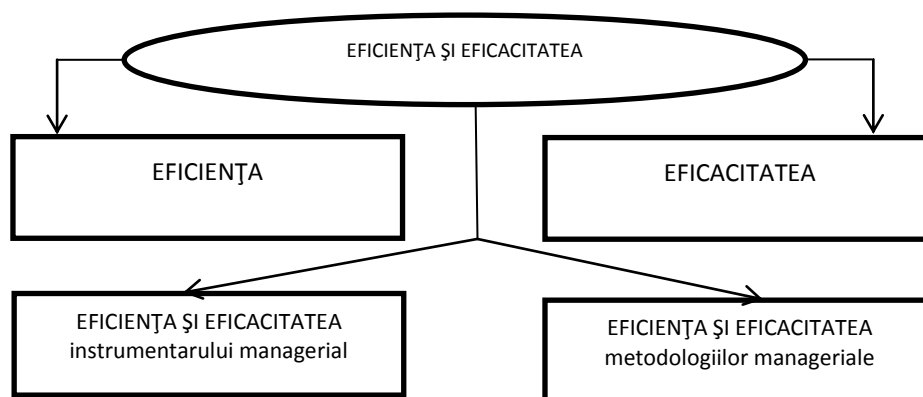


Figura 3. Eficacitatea și eficiența sistemului metodologico-managerial
Sursa: [10, p. 90]

Odată ce diferența dintre eficacitate și eficiență a fost stabilită, menționăm importanța studierii implicațiilor acestora asupra subsistemelor de gestiune ale organizației. În acest sens, unul dintre sistemele managementului, în care eficacitatea și a eficiența are o aplicabilitate deosebită, este subsistemul decizional. Abordarea componentei decizionale a managementului prin prisma eficacității și a eficienței vizează compararea obiectivelor, efectelor (rezultatelor) și a eforturilor depuse în procesul de adoptare și evaluare a deciziilor.

În *zona instrumentarului decizional* eficacitatea decizională vizează categoriile de instrumente, adică mijloacele utilizate în procesul decizional în vederea atingerii obiectivelor de decizie, în condiții de timp și calitate prestabilite. În *zona metodologiei decizionale* eficacitatea decizională vizează acțiunile pe care managerii le întreprind în procesul decizional pentru a atinge obiectivele organizaționale prestabilite. Într-un concept generic al autorului, eficacitatea metodologiei decizionale s-ar referi la **sistemul de tehnici și mijloace decizionale (STMD), și anume: tehnicile, mijloacele, procedurile etc.**

Tablul 2. Principii generale de determinare a eficacității procesului decizional

		Principiile de organizare respectate în procesul de gestiune		
Demersul decizional (DD)	STMD	Tehnicile decizionale	Metode decizionale	Ansamblul de procedee și acțiuni întreprinse în procesul decizional.
			Procedee decizionale	Ansamblul regulilor și formalităților ce trebuie respectate în procesul de decizie.
			Reguli (norme) decizionale	Totalitatea normelor, legilor, legităților și preceptelor pe baza cărora are loc un proces decizional.
		Mijloace și instrumente decizionale	Instrumente de decizie	Documente, regulamente, programe sau orice altă informație etc. de care se servește cineva pentru adoptarea deciziilor în procesul de gestiune.
			Mijloace decizionale	O persoană, forță, lucru, fapt etc. prin care cineva poate atinge un scop decizional.

Sursa: elaborat, adaptat și sistematizat de autor

Tehnicile includ ansamblul metodelor, procedeele și regulilor aplicate [adaptat de autor după 12], iar **mijloacele sau instrumentele** – care se pot regăsi în persoana, forța, lucrul, faptele etc. de care se servește cineva pentru atingerea unui scop [adaptat de autor după 12]. Așadar, **metoda decizională** cuprinde ansamblu de procedee și modul de a acționa folosite în vederea atingerii scopurilor în procesul decizional [adaptat de autor după 12]. Prin procedură se poate înțelege orice regulă de organizare folosită în vederea atingerii unui anumit rezultat și, respectiv, seria de formalități care trebuie executate într-un proces [adaptat de autor după 12]. Astfel, ca reguli stabilite în procesul de decizie considerăm totalitatea normelor, legilor, legităților și preceptelor pe baza cărora are loc un proces, se desfășoară o activitate sau se produce un fenomen în rezultatul acțiunilor întreprinse sau a celor neîntreprinse de decidenți și care se deduce din obiceiurile sau liniile de conduită adoptate de aceștia [adaptat de autor după 12].

Eficiența decizională, poate fi definită pornind de la următoarele estimări:

- 1) efectul util se va aprecia material, valoric și social;

2) consumul celor trei factori de producție (munca, resursele naturale și capitalul) se va reflecta ca un consum de resurse sub forma alocării lor într-un sector de activitate.

În rezultat, eficiența decizională se va regăsi în două aspecte determinate de **capacitatea decizională (CaD)** a managerului:

- 1) performanțe ale unei activități organizației;
- 2) efecte maxime ale unei activități în raport cu resursele alocate.

În acest sens, managerii trebuie să țină cont de 4 grupe posibile de indicatori:

- a) indicatorii de tip efort/efort, cum ar fi : costul unui loc de munca și gradul de înzestrare tehnică a muncii;
- b) indicatorii de tip efect/efort, cum ar fi cantitatea de producție la un milion mijloace fixe;
- c) indicatori de tip efort/efect, spre exemplu, investiția dată de cheltuielile la 1000 lei venituri;
- d) indicatori de efect/efect, prin care se va cuantifica profitul la 1000 lei încasări din curs de revenire.

În concluzie, făcând o totalizare asupra opiniilor cu privire la tratarea conceptuală a eficacității și a eficienței economice, la nivel de subsistem decizional al organizației, putem conchide următoarele:

1. Atât eficacitatea, cât și eficiența, au o abordare diversă și complexă în literatura de specialitate, definirea simultană a căroră creează confuzie și neclaritate atât în context economic general, cât și la nivelul subsistemului decizional al organizației.
2. Tratarea eficienței și a eficacității trebuie realizată în paralel, iar la nivel de management, aceste concepte cuprind instrumentele și metodologia, adoptate în procesul de gestiune.
3. În vederea definirii eficacității trebuie să punem accentul pe urmărirea unei traiectorii corecte de decizie, iar în ceea ce privește eficiența decizională, pe rezultatele ce se obțin într-o activitate.
4. Astfel, procesul decizional managerii trebuie să țină cont de o „**zonă utilă de confort decizional**” (**ZUCD**) în care, atât **instrumentarul decizional (ID)**, cât și **metodologiile decizionale (MD)**, vor atinge o limită maximală de eficacitate și eficiență simultană.

Bibliografie:

1. Certan, S. *Management: modalități de eficientizare*. Chișinău: CEP USM, 2007, 239 p.
2. Cornescu, V. *Management: de la teorie la practică*. Capitolul IV. Decizii manageriale [on line] [accesat: 12.11.2013]. Disponibil:
<http://ebooks.unibuc.ro/StiinteADM/cornescu/cap4.htm>
3. Drucker, Peter. *Despre decizie și eficacitate*. București: Meteor Press, 2007, 176 p.
4. Drucker, Peter. *Management. Eficiența factorului decizional*. Deva: Ed. DESTIN, 1994, 234 p.
5. Mungiu-Pupazan, C. Eficiența economică – element hotărâtor în decizia de investiție. *Analele Universității „C. Brâncuși” din Târgu Jiu*. [on line]. Seria Economie. 2010, nr. 1, p. 143-154 [accesat 10.11.2013]. Disponibil:
http://www.google.md/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=18&ved=0CF4QFjAHOAo&url=http%3A%2F%2Fcore.kmi.open.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F6320347&ei=xbR_UoeQPIqE4ATK2YF4&usg=AFQjCNGIboXEwLAe81GKtgT9SSU1j3RUpw&sig2=YmEBV_dWitf8YaM31jJd7g&bvm=bv.56146854,d.bGE
6. Nicolescu, O. *Fundamentele managementului organizației*. București: Ed. Universitară, 2008, 416 p.

7. Serduni, S. *Management: note de curs*. Chișinău: ASEM, 2010, 151 p.
8. SR EN ISO 9000:2006 - Sisteme de management al calității. Principii fundamentale și vocabular.
9. Vasilescu, I. et al. *Managementul investițiilor*. București: EfiConPress, 2009, 320 p.
10. Verboncu, I. Eficacitatea și eficiența sistemului metodologico-managerial: capitolul IV. În: *Nicolescu, Ovidiu. Sisteme, metode și tehnici manageriale ale organizației* [on line]. București: ASE, pp. 87-97 [accesat 12.11.2013]. Disponibil în PDF: <http://isop.mai.gov.ro/avizier/Manuale%20management/BibliografieNicolescu.pdf>
11. Verboncu, I. Management, eficiență, eficacitate. *Management și Marketing* [on line]. 2006, Nr. 1, p. 59-68 [accesat 10.11.2013]. Disponibil: <http://www.managementmarketing.ro/pdf/articole/5.pdf>
12. <http://dexonline.ro/>
13. <http://wikipedia.org/>

IMPACTUL ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII ASUPRA CREȘTERII ECONOMICE: EXPERIENȚĂ INTERNAȚIONALĂ

Oglindă Lilia, drd.,

Academia de Studii Economice din Moldova

This article reports on the experience of SME development in different countries and the importance of SME as an important source of innovation as producing goods in the markets with a higher degree of flexibility than large companies. SMEs strengthen economic cohesion through the connections they establish with large and contribute to systemic production capacity. It is important to note that the benefits of SME activity are felt in society, at both economic and social level.

Key words: *small and medium enterprises, economic cohesion, production capacity.*

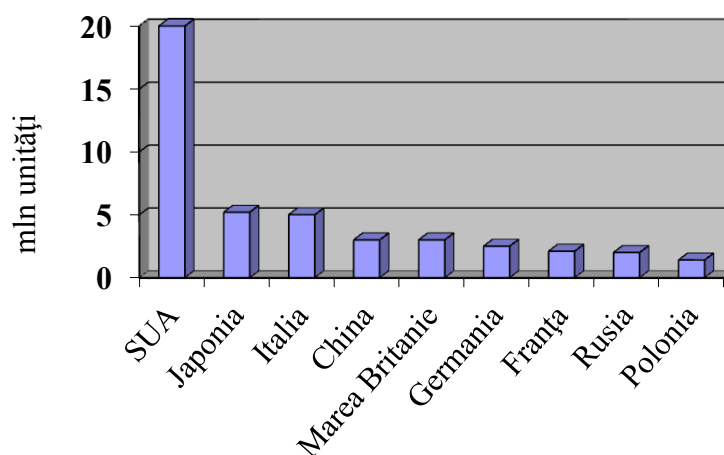
Actualmente se consideră de către economiști că întreprinderile mici și mijlocii (IMM) sunt principalul motor al unei dezvoltări economice ascendente și echilibrate. Majoritatea țărilor, mai mult sau mai puțin dezvoltate, se bazează pe dinamismul și rezistența la risc a întreprinderilor private. La nivel mondial, IMM reprezintă 90% din firmele private și angajează 50-60% din forța de muncă [1]. În multe de țări ale lumii IMM-urile joacă un rol important pentru economie, din motivul ca în această sferă a businessului este antrenată după diferite criterii de măsurare de la 46% până la 78% din populație.

Literatura de specialitate califică IMM drept o sursă importantă de inovare, deoarece produc bunuri în nișe de piață, având un grad de flexibilitate mai crescut decât companiile mari. IMM întăresc coeziunea economică prin conexiunile pe care le stabilesc cu întreprinderile mari și contribuie la formarea de capacități de producție sistemice. În cazul IMM este mult mai posibil să inoveze prin crearea și regândirea de produse și servicii care să vină în întâmpinarea nevoilor pieței, prin introducerea de noi modalități de abordare organizațională pentru creșterea productivității sau prin dezvoltarea de tehnici noi pentru creșterea nivelului de vânzări. Este important de specificat că beneficiile activității IMM sunt resimțite în societate, atât la nivel economic, cât și la nivel social. Mai mult, este adoptată tot mai mult ideea că un sector IMM puternic și dinamic într-o țară în curs de dezvoltare ar putea fi o condiție pentru a realiza trecerea la un nivel de creștere susținut.

Actualmente, numărul întreprinderilor mici și mijlocii în Franța constituie circa 2,0 mln, în Germania - 2,3 mln, în Marea Britanie - 3,0 mln, în Italia - 5,0 mln, în Japonia - 5,7 mln (99% din cifra totală a întreprinderilor), iar în SUA – peste 20 mln. Tot la acest capitol, remarcăm- în China sunt înregistrate aproximativ 3,0 mln întreprinderi mici și 30 mln de întreprinderi individuale. În Federația Rusă, conform datelor statistice de stat, în anul 2010 existau 1,602 mln de întreprinderi mici și 1,374 mln de microîntreprinderi. Conform aceleiași surse, în anul 2011 în câmpul muncii doar în IMM (fără întreprinderile micro), erau încadrați peste 5562,9 mii persoane, ceea ce constituie 7,37 % din populația Federației Ruse. Această cifră este foarte mică în comparație cu SUA-60%, Germania, Franța și Italia indică un punctaj de 65-80%, iar Japonia circa 86%.

În contextul celor expuse mai sus, putem afirma că susținerea IMM-urilor este mai dezvoltată în SUA, Franța, Germania, Japonia, China (Tabelul 1).

Figura 1. Numărul întreprinderilor



Pentru a face o analiză a întreprinderilor mici în țările sus-numite, urmează să caracterizăm spectrul de întreprinderi care determină micul business. În Germania, de exemplu, există o clasificare unică pentru micul business (după normele Uniunii Europene): numărul personalului de până la 50 persoane și circuitul maximal anual de 10 mln euro. La fel există noțiunea de „micro” care presupune activitate a 10 persoane și mai puțin de 2 mln euro. La aceste norme se orientează toate ministerele și băncile țării. În Italia sunt considerate întreprinderi mici întreprinderile care au 100 lucrători, iar întreprinderile micro- până la 20 lucrători. În țara dată se evidențiază microîntreprinderile, deoarece ele constituie mai mult de 60% din totalul de întreprinderi care îndeplinesc 40% din volumul vânzărilor.

În Polonia întreprinderi mici se consideră cele care au un număr nu mai mare decât 50 oameni. În Marea Britanie în sfera producerii se consideră întreprinderile cu mai puțin de 200 oameni, iar în alte domenii ca factor determinant este raportul financiar cu nu mai mult de 1,4 mln lire sterline. În SUA nu există o abordare categorică a determinării întreprinderilor mici. Cifra lucrătorilor diferă de la 100 oameni în businessul angro cu mobilă la 1000 lucrători în industria metalurgică. Biroul Federal de Statistică din SUA califică ca întreprinderi mici, pe cele care enumeră în jur de 500 oameni.

În Japonia sunt considerate întreprinderi mici, întreprinderile ce au angajați în jur de 300 lucrători în domeniul construcției, transportului, bancar, industrial și până la 100 lucrători în domeniul comerțului angro.

În Federația Rusă se consideră întreprinderi mici persoanele juridice antreprenorii a căror număr mediu de lucrători nu trebuie să depășească de 100 oameni și inclusiv 15 oameni pentru întreprinderile micro. Este necesar de menționat că: în domeniul industrial, construcției și transport - 100 oameni; în domeniul agrar - 60 oameni; în domeniul tehnico - științific - 60 oameni; în comerțul cu amănuntul și cel a deservirii populației - 30 oameni; în alte domenii de activitate - 50 oameni.

În țările dezvoltate activitatea cu succes în domeniul micului business se datorează faptului că sectorul dat are o susținere enormă din partea statului. În SUA organul ce suportă micul business este „Administrația micului Business” (Small Business Administration, SBA) care este reglementat de Guvernul Federal. Numărul angajaților din organizația aceasta este de 1100 oameni. Această instituție are următoarele sarcini: suportul financiar al IMM-urilor; conlucrarea

în scopul primirii comenzilor de stat; acordarea serviciilor de consulting în vederea primirii hotărârilor corecte; informarea IMM-urilor despre situația pieței și prezentarea de către experții în domeniul a diferitor analize pentru antreprenorii începători.

Experiența SUA adevărește faptul că în condițiile actuale de un factor decisiv în funcționarea IMM-urilor este organizarea suportului infrastructurii ce include suportul financiar (multitudinea de capitaluri accesibile), suportul tehnico-material (acordarea în arendă și posibilitatea de cumpărare, la niște condiții avantajoase), suportul informațional (asigurarea posibilităților utilizării rețelelor informaționale și bibliotecilor tehnice, accesul la bazele de date etc.), suportul financiar al micului business se realizează prin programe nerambursabile în deosebi de către două instituții: Administrația businessului mic (Small Business Administration, SBA) și Fondului Național de Științe (National Science Foundation, NSF).

Totodată, în SUA, este și programa de împrumuturi cu facilități (de a SBA). Putem evidenția următoarele tipuri:

- Împrumuturi directe - se pot acorda de la SBA din sursele proprii de creditare. Mărimea împrumutului nu poate depăși 150 mii de dolari americani cu 7%. Acestea pot fi acordate pentru o perioadă de până la șase ani - pentru necesități curente; până la 20 ani – pentru achiziționarea utilajului, achiziționarea terenurilor și pentru construcții; până la 30 ani pentru reconstrucția întreprinderilor, ce au suferit în urma calamităților naturale.

- Participarea la creditare împreună cu băncile comerciale.

- Garantarea creditelor pentru băncile comerciale-este cea mai răspândită formă de finanțare pentru suportul micului business. Creditele sunt oferite de către băncile particulare și de către alte instituții financiare, care primesc de la Guvernul SUA în persoana SBA garanția ca vor fi rambursate. Administrația micului business garantează până la 90% din suma împrumutului. Termenul rambursării creditului se stabilește în dependență de scopul solicitării precum și de posibilitățile de rambursare a întreprinderii.

Paralel cu politica de finanțare a guvernării SUA un accent major este de a atrage investițiile private în micul business. Aici accentul este pus pe formarea unui climat investițional, suportul economic, juridic, psihologic și a altor probleme care par în firmele mici noi create. Impozitarea la fel nu este răspândită pentru micul business deoarece aici se impozitează doar businessul mare. De asemenea, în SUA există facilități mari pentru casarea de către firmele mici a capitalului de bază înainte de perioada de amortizare.

O altă experiență foarte interesantă în acest domeniu o are Japonia, țara unde domină antreprenoriatul privat. Firmele mici în Japonia constituie partea principală a economiei fără de care businessul mare poate pierde prioritatea concurențială în fața corporațiilor altor țări. Pentru IMM-urile din Japonia este caracteristică sistema unde micul business execută comenzile businessului mare – constructoare de mașini, constructoare de avioane, constructoare de utilaje etc. IMM-urile din Japonia sunt lideri în ramuri cum ar fi: industria de construcție a materialelor de construcții, industria ușoară etc. De problemele IMM-urilor din Japonia se ocupă Direcția micilor întreprinderi din Ministerul industriei și comerțului extern. Mecanismul de stimulare a micului business de aici este similar cu cel din SUA.

În China suportul cel mai important al IMM-urilor este acordat de Fondul de Stat a dezvoltării IMM-urilor care este finanțat 100% de către stat. Funcțiile de bază a fondului – apărarea veniturilor legale a IMM-urilor de la diferite organizații mari și totodată suportul IMM

pentru apariția lor în toate sferile. Este foarte atractivă experiența Chinei în domeniul impozitării preferențiale. Au fost create multe zone economice libere care au atras investiții străine și resurse tehnico – științifice. Au fost create fonduri de dezvoltare a IMM-urilor ce acordă credite cu mari facilități antreprenorilor cu succes. A fost deschis un Serviciu de informare necomercial de stat China SME online – CSMEO care oferă posibilitatea de oferire a informației a populației Chinei referitor la toate întrebările ce țin de IMM-uri [2].

Deosebit de facilitate sunt activitățile IMM-urilor în Spania. Aici este cea mai simplificată procedură de înregistrare și posibilitatea de activitate liberă, antreprenorul poate activa în orice domeniu, fără a fi necesară licența. În Germania, pentru susținerea micului business au fost deschise corporații de creditare regionale care oferă IMM-urilor sume enorme, care sunt acordate în condiții foarte avantajoase. În scopul dezvoltării IMM-urilor, au fost deschise Palate industrial – comerciale care conlucrează activ cu statul, oferă suport financiar micului business care are o influență mare asupra economiei. Cel mai forte punct în suportul IMM-urilor din Germania este scutirea de impozite pentru primii doi ani de activitate.

În Marea Britanie de suportul IMM-urilor este responsabil Serviciu micului business și Federația micului business. Serviciul micului business oferă garanția rambursării surselor financiare oferite de bancă (până la 75%). Federația micului business este organizația care protejează membrii care plătesc cotizațiile și se ocupă consultarea telefonică accesibilă 24 /24 și acordă suportul juridic în caz de necesitate. IMM sunt scutite de plățile impozitelor pe venit. Din cele expuse putem conchide că suportul statului presupune: consultarea noilor IMM-uri și a celor existente, suportul financiar, facilitarea firmelor ce se ocupă de export.

În Franța, pentru apărarea intereselor antreprenorilor a fost fondată Mișcarea antreprenorilor francezi, organizație analogică cu a Federației Ruse (Союз промышленников и предпринимателей). Deținătorii firmelor apără interesele în negocieri cu guvernul, în deosebi când este vorba de impozitare. În Franța la fel ca și în Germania, în primii doi ani de activitate IMM-urile sunt scutite de impozite. În perioada celui de a treilea an sunt achitate doar 25 %, al patrulea an – 50%, al cincilea -75%.

În România, evoluția economiei în anul 2009 și ulterior, în decursul anului 2010, a fost puternic afectată de criza economică și cea financiară. Mediul de afaceri, în mod deosebit sectorul întreprinderilor mici și mijlocii (IMM), a înregistrat schimbări semnificative ca urmare a impactului crizei economice mondiale. Pe lângă schimbările în planul demografiei sectorului IMM și performanțele economice negative înregistrate a fost afectat spiritul antreprenorial și a crescut considerabil aversiunea față de asumarea riscurilor de către investitori. Având o economie de piață tânără, România trebuie să demonstreze flexibilitate pentru a se adapta contextului actual de pe piețele internaționale. Întreprinderile sunt nevoite să acționeze în condiții noi, caracterizate de deteriorarea relațiilor privind disciplina contractuală care au fost consolidate în perioada de creștere economică și de diminuarea numărului clienților și a consumului pentru toți operatorii economici atât din domeniul productiv, cât și al serviciilor.

Numărul întreprinderilor mici și mijlocii radiate în anul 2012 s-a situat la nivel similar anului 2011, în medie, circa 200 de IMM-uri fiind radiate zilnic. IMM-urile au fost lovite de reducerea consumului la nivelul populației și evoluțiile negative ale principalilor indicatori macroeconomici. Comparativ cu anul 2011 când s-a înregistrat un număr de 73.244 de radieri la nivelul întregii țări, în anul 2012 a fost înregistrat un număr de 71.746 de radieri, reprezentând o

ușoară scădere, respectiv de 2,05 %, potrivit Raportului Fundației Post-Privatizare privind sectorul IMM din România, ediția 2013.

Pe ansamblu, IMM-urile realizează 58% din volumul total al cifrei de afaceri din economia non-financiară, fiind preponderente în fața întreprinderilor mari, în majoritatea sectoarelor economice. În acest context, evoluția negativă a sectorului IMM are un impact major în economie, în condițiile în care acestea dețin o pondere majoră, de 99,7%, în numărul total de firme active din România și au un aport tot mai semnificativ la crearea locurilor de muncă. La finele anului 2012, numărul mediu de salariați în IMM era de 2.524.290, în creștere cu 4,1% față de anul precedent. Cei mai mulți salariați din IMM-uri lucrează în servicii (30%) și comerț (27,2%), corespunzător numărului cel mai mare de firme. IMM-urile din industria prelucrătoare angajează aproape 27% din numărul total de salariați, deși deține numai 10% din numărul total de firme.

Sectorul IMM-urilor din România cuprinde mai multe întreprinderi mici și mijlocii, comparativ cu Uniunea Europeană în ansamblul său, care are o cotă relativ mai mare de microîntreprinderi. Distribuția sectorială a IMM-urilor în România relevă că IMM-urile sunt preponderente în sectoare precum comerțul cu ridicata și cu amănuntul (44%), urmate de sectoarele de servicii, precum serviciile hoteliere și de catering, transportul, serviciile imobiliare și comerciale (29%), de sectorul construcțiilor (18%) și de cel al industriei prelucrătoare (11%).

România este una dintre țările europene care au fost mai grav afectate de recesiune, întrucât expansiunea sa economică s-a bazat mai mult pe investițiile directe străine, care nu au mai fost disponibile atunci când efectele crizei la nivel global au fost resimțite de către investitori. PIB-ul României a scăzut cu 7,1% în 2009 și s-a redus în continuare cu 1,3%, în 2010. Rata șomajului a crescut de la 5,8% în 2008, la 8,4% în 2009, dar a scăzut ulterior la 7,7%, în 2010.

În ceea ce privește forța de muncă, este interesant de constatat că IMM-urile au fost mult mai reticente să disponibilizeze angajați în timpul crizei decât întreprinderile mari. De fapt, în perioada 2008–2010, se estimează că IMM-urile din România și-au menținut forța de muncă la nivelurile anterioare crizei.

Lansarea, în iunie 2011, a Ghișeului unic pentru IMM-uri a avut un anumit impact asupra dezvoltării sectorului IMM-urilor [3]. Ghișeul unic este un portal online care răspunde unei game largi de nevoi specifice ale sectorului, inclusiv privind disponibilitatea unor formulare de înregistrare și declarații online, informațiile utile pentru funcționarea IMM-urilor existente, informațiile utile cu privire la actele legislative relevante care influențează activitatea IMM-urilor, informațiile referitoare la sursele de finanțare existente, precum și privind reducerea sarcinii administrative datorită depunerii online a declarației fiscale pentru IMM-uri, bazate pe achiziționarea semnăturii electronice (pe acest portal este publicată, de asemenea, o listă de furnizori de semnătură electronică). Portalul acționează ca punct de acces, cu informații bine structurate și actualizate în permanență, ceea ce reduce în mod considerabil timpul și efortul necesar pentru înregistrarea și funcționarea IMM-urilor în România.

Pentru Republica Moldova, ținând cont de experiența relevantă a țărilor analizate, trebuie să luăm în calcul și faptul că în cazul IMM abilitatea de inovare este una din caracteristicile primare ale acestora. Nu doar inovarea de produs, ci și cea de proces este importantă. Inovarea în servicii este considerată azi ca având un rol crucial într-o societate tot mai terțializată. În acest context, rolul de levier al firmelor din așa-numitul sector cultural și creativ, pentru creșterea productivității în alte ramuri tradiționale, este vital. O politică publică înțeleaptă ar trebui să

promoveze rețelele și toate tipurile de structuri de sprijin al afacerilor care pot contribui la dezvoltarea inovativă și sustenabilă, mai ales, a gazelor. Inițiativa recentă a guvernului de încurajare a clusterelor poate contribui la o astfel de politică. Nu în ultimul rând, facilitarea accesului la finanțare este o măsură-cheie de sprijin. Crearea, atragerea și dezvoltarea de fonduri de risc ar trebui să fie două repere clare a unei politici publice performante.

În concluzie, Republica Moldova ar trebui să adopte neîntârziat o politică de sprijin privind promovarea și protejarea IMM cu creștere rapidă, bazată pe experiența mondială și mai ales pe inovație și care să invite la acțiuni comune între diversele ministere ce pot avea un rol în dezvoltarea țării.

Bibliografie:

1. *Private Sector Development: The support programmes of the small and medium enterprises branch*, United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Working Paper nr. 15, 2005
2. www.sme.gov.cn
3. www.immoss.ro

SECȚIUNEA III

SECURITATEA ȘI DIVERSITATEA CONSUMULUI – FACTORI IMPORTANȚI AI CALITĂȚII VIETȚII

РОССИЙСКИЙ КОНТЕКСТ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

*Кривошей В.А., д.э.н., проф.,
Российский университет кооперации*

The article analyzes the nature and location of quality categories and living standard of the general system of social and economic ideas and concepts. The author examines the concept «life quality» as a socio-economic category, analyzes existing definition of "life quality" and its correlation with the concept "life quality", identifies the components and structure of the concept "life quality". Definition of the relationship between the components of the life quality improves the efficiency of socio-economic researches in assessment the living standard. Life quality may be determined by analyzing the set of objective indicators and subjective assessments of the human needs implementation.

Key words: *standard of living, quality of life, objective and subjective assessment of the level and quality of life, material needs the development of human potential.*

Введение

Повышение качества жизни населения является главной целью любого прогрессивного общества. Государство обязано создавать благоприятные условия для долгой, безопасной, здоровой и благополучной жизни людей, обеспечивая экономический рост и социальную стабильность в обществе. Анализ тенденций в изменениях качества жизни населения позволяет судить, насколько эффективна социально-экономическая политика государства, в какой степени общество справляется с поставленными задачами.

1. Понятие «качество жизни» в научной литературе

В.Н. Бобков, П.С. Масловский-Мстиславский качество жизни трактуют как уровень развития и степень удовлетворения комплекса высокоразвитых потребностей и интересов людей. Характеризуя сущность качества жизни, они отмечают, что это многоаспектное, многогранное понятие, более широкое, чем уровень жизни [3, с. 52–66].

В последние десятилетия советского периода в нашей стране появился ряд работ, в которых с достаточной теоретической глубиной были проанализированы сущность, а также входимость категорий уровня и качества жизни в общую систему социальных и экономических представлений и понятий.

В отечественной литературе встречаются различные мнения по поводу использования понятия «качество жизни». Например, **Н.М. Римашевская** считает целесообразным введение следующего понятия «качество жизни»: «*В определенном смысле результирующим показателем по отношению к смыслу, вкладываемому в термины «уровень» и «образ жизни», оказывается понятие «качество жизни», которое, по нашему мнению, имеет объективный характер*» [9, с. 237].

К.В. Толстых отмечает, что при определении качества жизни имеются в виду такие неулавливаемые статистические ценности человеческого существования, как чувство уверенности людей в завтрашнем дне, сознание своей необходимости обществу и возможность самим определять его развитие, способность и готовность общества откликаться на нужды и запросы личности. **Б.В. Бойцов** предлагает анализировать качество жизни через совокупность оценок, которые должны использоваться для выявления глубины удовлетворения материальных и духовных потребностей, не поддающихся прямому количественному измерению в структуре уровня жизни.

А.Б. Барышева предлагает систему оценок общественно-экономического развития через индикаторы «качества жизни». Она включает в эту систему *«широкий спектр социальных характеристик – демократизацию управления, состояние среды обитания человека, здоровье населения, возможность получения образования, условия труда и быта и прочее»*. Далее **А.Б. Барышева** отмечает, что экономическая деятельность все больше определяется направленностью ценностных ориентаций человека. Такие показатели должны включать характеристики личной безопасности, гарантий свободы, гармонии человека с самим собой и окружающим миром и прочее. Следовательно, на передний план комплексного экономического анализа выдвигается задача оценки явлений и процессов не стоимостного характера [1, с. 25].

В таком понимании «качество жизни» – это комплексная интегральная характеристика направлений взаимодействия личности с ее социальным окружением и государственной властью, отражающая степень социальной свободы человека, возможности его всестороннего развития, совокупность материальных, культурных и духовных ценностей, предоставленных в его распоряжение. Главным показателем в этой характеристике выступает степень субъективной удовлетворенности личности образом своей жизнедеятельности в конкретном социальном окружении.

Встречается и такая трактовка содержания и структуры категории «качество жизни»: *«Очевидно, речь должна идти о качестве и условиях приема пищи, о качестве и модности одежды, о качестве и комфорте жилья, о качестве здравоохранения и окружающей среды, о качестве общения, о качестве функционирования социальных институтов, о качестве образования, о качестве условий труда и быта, культуры и общественной жизни. Во всех этих случаях оперировать приходится показателями не собственно деятельности, а удовлетворенности деятельностью, ее условиями и результатами»* [2, с. 66]. Если первая часть этого определения, касающаяся перечня показателей, не вызывает сомнений (хотя, по-видимому, ранжировать их можно было бы несколько иначе), то против сведения понятия качества жизни к выявлению удовлетворенности ею можно высказать некоторые возражения.

Субъективная оценка удовлетворенности, о каких бы потребностях (по степени настоятельности) ни шла речь, не может быть признана достаточной уже в силу того, что качество жизни является объектом регулирования. Именно регулирование требует как можно более четкого и объективного, не зависящего от колебания мнений отдельных людей, моды и престижных соображений, измерения качества жизни с точки зрения общих задач социального развития.

Это обусловило возникновение позиции, согласно которой качество жизни, рассматриваемое с точки зрения общества, выражается через объективные характеристики состояния самого человека: *«Показателями в данном случае могут служить*

продолжительность жизни и смертность в разных возрастных группах; уровень заболеваемости и инвалидности; продолжительность возраста активной трудоспособности; уровень образования населения; профессиональная и миграционная мобильность» [8, с. 420].

Понятие «качество жизни» имеет довольно сложную структуру. Ряд авторов отмечает, что в него, с их точки зрения, включаются качество здоровья популяции, качество образования, качество природной среды, духовность. Духовность индивида, как особый способ личностного существования, появляется в свободе от насилия и давления жизненных ситуаций и раскрывается через систему ценностей: благо, добро, смысл жизни, идеал, правда (истина), справедливость, красота, вера, надежда, любовь, счастье.

В своей работе **Р.Ф. Старков** отмечает: «... к качеству жизни относятся оценки содержательности труда и досуга, качество питания, одежды, комфорт жилища, качество здравоохранения, образования, сферы обслуживания, окружающей среды, досуга, степени удовлетворения потребностей в содержательном общении, знаниях, творческом труде, уровень стрессовых ситуаций, структура расселения и др.» [10, с. 29].

Под «качеством жизни» в «широком смысле толкования понимается удовлетворенность населения своей жизнью с точки зрения различных потребностей и интересов. Это понятие охватывает: характеристики и индикаторы уровня жизни, условия труда и отдыха, жилищные условия, социальную обеспеченность и гарантии, охрану правопорядка и соблюдение прав личности, природно-климатические условия, показатели сохранения окружающей среды, наличие свободного времени и возможности хорошо его использовать, наконец, субъективные ощущения покоя, комфортности и стабильности» [6, с. 13].

П.Я. Октябрьский считает, что термин «качество жизни» употребляется для отражения понятия «уровень жизни» в широком смысле слова.

2. Понятия «качество жизни» и «уровень жизни»

Говоря о соотношении понятий качества жизни и уровня жизни, подчеркну, что последнее, по мнению большинства ученых, относится к числу достаточно установившихся понятий, которому соответствует значительно узкий и определенный круг количественных показателей. Тем не менее имеются существенные различия в трактовке этого понятия. Иногда в состав уровня жизни предлагается включать также показатели как: условия труда, состояние окружающей социальной и природной среды, величину и структуру свободного времени, условия для ведения личного подсобного хозяйства, естественное и механическое движение населения, структуру занятости, уровень материально-технической базы социальной инфраструктуры и т.п.

Во многих работах можно наблюдать прямое сведение понятия «качество жизни» к понятию «уровень жизни», а также варианты соотнесения или объединения с данным понятием. Для этого подхода характерен акцент на использование явных количественных измерителей – объективных показателей уровня жизни населения, среди которых особенно широкое применение нашли показатели дифференциации населения по уровню доходов, изменения в структуре доходов и потребления и т.п. Исторические корни такого подхода связаны как с недостаточным насыщением рынка товарами широкого потребления, имевшим место в прошлом, так и с неразвитостью самих потребностей, особенно социальных.

Между категориями уровня и качества жизни имеет место генетический характер зависимости, который выражается в том, что качество жизни имеет в своей основе определенный уровень материального благосостояния, развития экономики, науки, культуры и пр., находящий отражение в понятии уровня жизни. Качество жизни можно представить как показатель, снимающий ограниченность понятия уровень жизни измерением тех качественных условий удовлетворения потребностей, которые не поддаются прямому количественному измерению. Если уровень жизни характеризует реализацию нужд членов общества во благах, то качество жизни – степень удовлетворения потребностей с достижением того определенного личностно-психологического состояния, без адекватной оценки которого невозможно судить о реальном уровне благосостояния в стране, иметь представление о реальном состоянии удовлетворения потребностей людей.

В 1994 году опубликовано исследование **А. Когута** и **В. Рохчина** «Региональный мониторинг: качество жизни населения» [7]. Авторами предпринята попытка разработки регионального социально-экономического мониторинга с ориентацией на наблюдение за качеством жизни населения. В этой работе рассмотрены направления мониторинга качества жизни в разрезе основных его структурных составляющих (уровня и образа жизни населения, состояния общественного здоровья), предложена система показателей качества жизни населения региона.

В конце двадцатого века активизировались попытки квантификации качества жизни как самостоятельного научного понятия. Характер этой стадии определялся выраженной тенденцией построения системы показателей для оценки качества жизни населения России в период перехода к рыночной экономике.

Качество жизни – чрезвычайно широкое, многогранное понятие. Качество жизни – это категория, далеко выходящая за пределы экономики, это, скорее, социально-экономическая категория. В то же время качество жизни не является четко отделенной от других социально-экономических категорий, нередко объединяет их, включая в себя в качественном аспекте. Понятие качество жизни призвано характеризовать качественную сторону жизни людей. При этом качество жизни характеризует не только объективные жизненные условия, но и ценностное отношение людей к условиям их жизни, их субъективное восприятие.

К числу наиболее интересных и современных работ в области концептуального развития понятий «уровень жизни» и «качество жизни», а также с точки зрения предпринятых обзора и разработки систем, интегральных и обобщающих показателей уровня и качества жизни населения относятся, на мой взгляд, работы **В. Бобкова**, **П. Мстиславского**, в которых достаточно основательно проанализированы методологические проблемы оценки качества жизни населения [4, 5].

Проблема качества жизни вызвана сменой механизма всего социального развития, изменением целей развития. Вместо абстрактных целей (стирание граней между городом и деревней, преодоление существенных различий социальных групп в условиях труда и капитала) формируются конкретные: рост доходов, заработной платы, улучшение условий жизни: жилищных, здравоохранения, образования, и др. На смену сугубо экономическим критериям развития пришли критерии качества жизни, а развитие человеческого потенциала стало целью и фактором экономического роста. Традиционная ориентация социальной политики – на благо общества, новая ориентация – на благо человека. Для новой модели социальной политики критерии и показатели уровня жизни оказались

недостаточными; она включает более значительный круг потребностей, интересов и ценностей людей, в том числе, настроения, ожидания, социального самочувствия.

Таким образом, понятие «качество жизни» шире понятия «уровень жизни». Оно является разносторонней и ценностной характеристикой жизнедеятельности, в отличие от «уровня жизни», характеризующего только материальное положение людей.

Качество жизни рассматривается на базе концепций «качества жизни» и «развития человеческого потенциала» с учетом накопленного теоретического багажа отечественной экономической и социальной науки и с определенной адаптацией к российским условиям. Качество жизни понимается как социально-экономическая категория, характеризующая совокупность всех существенных для личности условий существования, расширение возможностей и степень удовлетворения комплекса человеческих потребностей, соотносенных с социальными стандартами и ресурсными возможностями общества. При этом условия следует рассматривать не только как заданные и неизменные, но и подлежащие оценке, поэтому их можно изменить, если оценка окажется неудовлетворительной.

3. Структура понятия «качество жизни»

Качество жизни, трактуемое в работе как степень удовлетворения потребностей человека и расширение возможностей и основанное на концепциях качества жизни и развития человеческого потенциала, включает в себя цель – улучшение качества жизни через расширение возможностей; структуру – в виде интегральных компонентов качества жизни (качество населения, уровень жизни, качество социальной инфраструктуры и компонентов экосистемы) и базовых показателей (доходов, занятости, образования, здоровья, продолжительности жизни, доступности основных благ и услуг), что позволяет разрабатывать методы количественного измерения качества жизни. Таким образом, понятие качество жизни наполняется более структурированными и имеющим функцию целеполагания содержанием, включает основные элементы сложившейся в отечественной экономической и социальной науке концептуальной триады «условия – уровень – образ жизни», сохраняя преемственность подходов (рис.1).

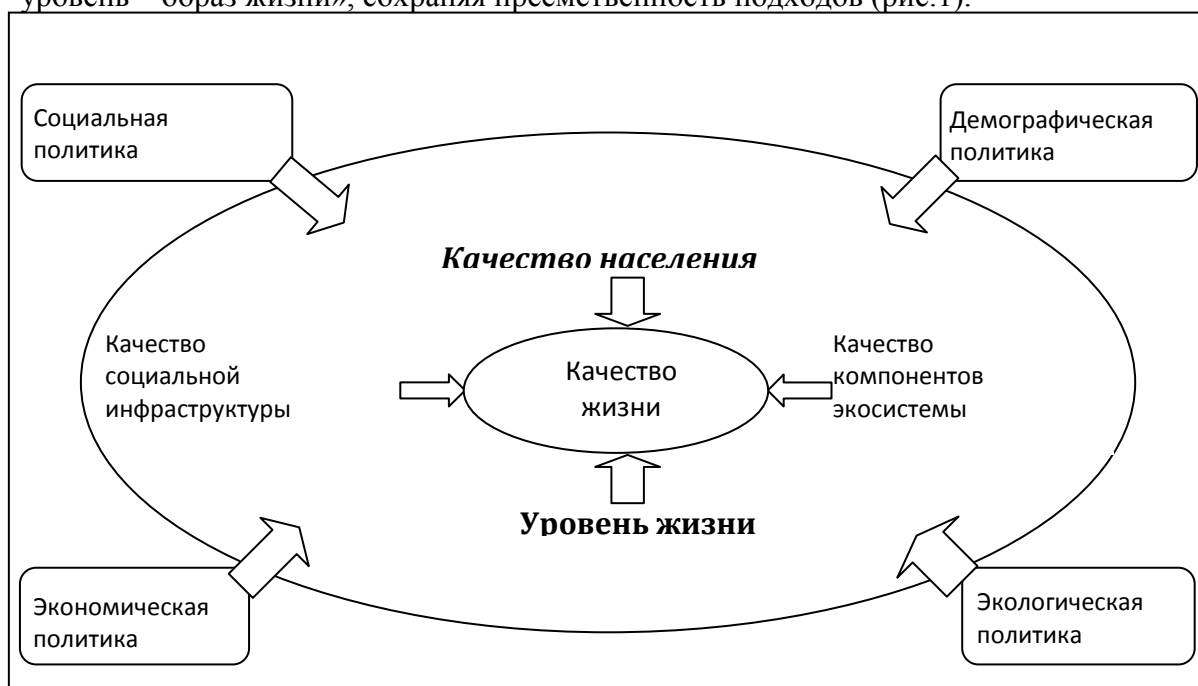


Рис.1. Качество жизни, его структура и взаимосвязи

Компоненты качества жизни невзаимозаменяемы и равнозначимы, но возможен выбор разных приоритетов при отборе компонентов для конкретных исследовательских задач. В исследованиях качества населения более важны характеристики долголетия, образования, здоровья; при оценке уровня жизни – показатели доходов, заработной платы, их дифференциация, обеспеченность финансовыми и нефинансовыми активами.

Между отдельными компонентами качества жизни существует взаимозависимость, которая проявляется в сопоставимости тенденций динамики качества населения, уровня жизни, качества социальной инфраструктуры и окружающей среды. Но нередко эти процессы имеют разную скорость, а порой и разную направленность динамики. Это особенно характерно для стран и регионов с переходной экономикой, поэтому для них важно исследование факторов дифференциации отдельных компонентов качества жизни населения.

Заключение

Качество жизни объединяет многие аспекты уровня жизни, важнейшими из них выступают стандартные меры экономического благосостояния: доходы населения, социальное обеспечение, потребление материальных благ и услуг.

Уровень жизни отдельного лица и населения в целом зависит от степени удовлетворения его потребностей и определяется его ресурсами и возможностями. Системообразующей основой понятия уровня жизни являются разнообразные человеческие потребности, возникающие и реализующиеся в форме потребления. Ограничение категории уровня жизни сферой потребления представляет собой важное конструктивное различие с определением качества жизни, которое охватывает не только достигнутый уровень потребления населения, но и обстоятельства, которые могут оказать на него влияние.

Исходя из определения качества жизни, видно, что оно может быть выражено через совокупность объективных показателей и субъективных оценок реализации человеческих потребностей.

Литература:

1. Барышева А.В. Перестройка: социально-экономические проблемы. – М.: Наука, 1990. – 54 с.
2. Бестужев-Лада И.В. Содержание и структура категории «образ жизни» // Общественные науки. – 1981. – №2. – С. 60-71.
3. Бобков В.Н., Масловский-Мстиславский П.С. Динамика уровня жизни населения // Экономист. – 1994 – №6. – С. 52-66.
4. Бобков В.Н., Масловский-Мстиславский П.С. Качество жизни: концепция и измерение. – М.: ВЦУЖ, 1998. – 20 с.
5. Бобков В.Н., Мстиславский П.С. Качество жизни: сущность и показатели // Человек и труд. – 1996. – №6. – С. 76-79.
6. Жеребин В.М., Романов А.Н. Уровень жизни населения. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 592 с.
7. Когут А., Рохчин В. Региональный мониторинг: качество жизни населения. – СПб., 1994. – 167 с.

8. Можина М.А., Рабкина Н.Е., Римашевская Н.М. Благополучие, распределительные отношения и проблемы оптимального развития экономики социалистического общества // Экономика и математические методы. – 1980. – Т.16. – Вып.3. – С. 417-425.

Дополнительная литература:

9. Римашевская Н.М. и др. Потребности, доходы, потребление: Методология анализа и прогнозирование народного благополучия. – М.: Наука, 1979. – 240 с.

10. Старков Р.Ф. Уровень жизни: методология измерения и анализ. – Иркутск: изд-во Иркутского университета, 1994. – 169 с.

LEGITĂȚILE ȘI FORMELE DEZVOLTĂRII SORTIMENTULUI DE MĂRFURI

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

There are removed, formulated and interpreted the regularities of marketing assortment development of consumer goods: 1) widening continually; 2) modification of depth and 3) permanent renewal, as well as the change in depth of assortment of goods: a) through proliferation and b) through simplification (collapse). There are highlighted, as defined and interpreted types of marketing assortment renewal of consumer goods: 1) with increasing number of the nomenclature of goods and 2) without increasing and even reducing the number of nomenclature of goods, as well as commercial assortment renewal without increasing numerical nomenclature service: a) through evolution; b) through revolution. There are removed, formulated and interpreted the regularities of marketing assortment development of consumer goods: 1) widening continually; 2) modification of depth and 3) permanent renewal, as well as the change in depth of assortment of goods: a) through proliferation and b) through simplification (collapse). There are highlighted, as defined and interpreted types of marketing assortment renewal of consumer goods: 1) with increasing number of the nomenclature of goods and 2) without increasing and even reducing the number of nomenclature of goods, as well as commercial assortment renewal without increasing numerical nomenclature service: a) through evolution; b) through revolution.

Key word: *assortment of goods, commercial goods assortment, consumer goods, widening of goods, commercial goods assortment depth, the renewal of assortment, proliferation and simplify trade, increase the range and reducing the number of goods nomenclature, evolution and revolution of assortment of goods.*

Sortimentul de mărfuri reprezintă, de fapt, Sortimentul comercial, fiindcă bunul devine marfă doar în sfera circulației. Sortimentul comercial global este în deplină măsură dependent de Sortimentul global de producție a bunurilor, deci aceste două sortimente evoluează concomitent. La nivel local sau regional Sortimentul comercial depinde de Sortimentul local, regional de producere a bunurilor și de importul lor, deci și de Sortimentul global de producere.

Evoluția Sortimentului de mărfuri poate fi caracterizată ca o permanentă dezvoltare de la varietăți [1] la un ansamblu impunător de mărfuri, care conform estimărilor savanților deja în anii '80 ai secolului trecut, depășea un mln de varietăți. Și în genere, la fiecare 15 ani, numărul varietăților de mărfuri se dubla [3]. În cadrul acestui ansamblu de mărfuri au loc diverse procese care predetermină modificările și evoluția Sortimentului de mărfuri, asigurând dezvoltarea permanentă a Sortimentului de mărfuri.

Această dezvoltare este cauzată, pe de o parte, de realizările progresului științifico-tehnic, materializate prin valorificarea noilor materii prime și obținerea materialelor noi, inclusiv cu noi proprietăți consumiste, prin elaborarea tehnologiilor noi de fabricare a mărfurilor, urmată de apariția noilor mărfuri cu proprietăți noi de consum, prin perfectarea și modernizarea celor anterioare etc. Pe de altă parte - de dezvoltarea necesităților populației provocată de: dinamica sporirii nivelului de civilizare a omului și creșterea nivelului cultural al populației, perfecționarea permanentă a condițiilor sociale și de trai ale populației, influența progresului științifico-tehnic și a

producerii, sporirea posibilităților economice ale populației. Prin urmare, dezvoltarea sortimentului de mărfuri este un proces obiectiv ce va însoți mereu omenirea.

Savanții din domeniu au constatat că în ultimele decenii dezvoltarea sortimentului de mărfuri se accelerează, se reduce perioada uzurii morale a multor mărfuri, fiecare 10-15 sau 15-20 ani sortimentul global de mărfuri se modifică circa la 50%. Aceste fenomene reclamă regândirea stringentă a procesului de dirijare a sortimentului de mărfuri, iar dirijarea eficientă poate fi efectuată doar cunoscând mecanismul, legitățile și formele dezvoltării sortimentului de mărfuri.

Din multitudinea de fenomene, ce au loc în evoluția sortimentului de mărfuri, putem evidenția unele legități și forme de dezvoltare.

În baza analizei datelor din literatura de specialitate [2,3] și a observațiilor proprii, vom scoate în evidență următoarele legități și forme de dezvoltare a sortimentului de mărfuri:

1. Lărgirea, lungirea și lățirea în continuu a sortimentului. Remarcăm că **lărgirea** sortimentului este sporirea numărului de grupe și subgrupe de mărfuri, **lungirea** - sporirea numărului de tipuri și subtipuri din sortimentul subgrupeii de mărfuri sau al grupeii marfare dacă aceasta nu se divizează în subgrupe, iar **lățirea** este sporirea numărului total de tipuri și subtipuri de mărfuri din toate subgrupele grupeii marfare [1]. Deci în sortimentul marfar permanent are loc sporirea numărului de grupe, subgrupe, tipuri și subtipuri de mărfuri.

Constatăm că lungirea și lățirea sortimentului de mărfuri decurg destul de lent, aceste caracteristici ale sortimentului marfar sunt destul de conservatoare, însă, și mai conservator, și mai lent decurge lărgirea sortimentului de mărfuri – pot trece decenii, secole și mai mult până la apariția unei noi grupe sau subgrupe și dispariția unei grupe sau subgrupe învechite de mărfuri.

2. Modificarea permanentă a profunzimii (adâncirii) sortimentului de mărfuri. Remarcăm că **profunzimea** este numărul de varietăți în cadrul tipului sau subtipului de mărfuri. Profunzimea este una din caracteristicile cele mai dinamice ale sortimentului comercial de mărfuri, care se modifică permanent și accelerat preponderent în direcția adâncirii (aprofundării). Aprofundarea (adâncirea) sau reducerea adâncimii sortimentului de mărfuri decurge foarte intens. Dezvoltarea sortimentului de mărfuri prin modificarea permanentă a profunzimii se realizează prin două forme:

a) prin *proliferare* – când se inventează (se elaborează) și se introduc în sortimentul comercial noi și noi varietăți de mărfuri de același tip (subtip);

b) prin *simplificare (restrângere)* – când se reduce (se restrânge) nomenclatorul (numărul) de varietăți de marfă în cadrul tipului sau subtipului de marfă.

Formele dezvoltării sortimentului marfar prin aprofundare sunt strâns legate și în concordanță evidentă cu etapele ciclului vital pe piață a mărfii. Dacă la primele două etape de viață pe piață (lansarea, creșterea) tipul (subtipul) de marfă este diversificat (proliferat) în multiple varietăți, apoi la etapa maturării numărul varietăților stagnează, iar la etapa declinului are loc reducerea (simplificarea) numărului de varietăți până la dispariția tipului (subtipului).

3. Înnoirea permanentă a sortimentului de mărfuri. Stabilim că **noutatea** sortimentului este numărul de grupe/subgrupe sau de tipuri/subtipuri, varietăți noi respectiv în cadrul grupeii/subgrupeii sau tipului/subtipului de mărfuri, iar **înnoirea** este includerea în sortimentul marfar a unui număr de grupe/subgrupe noi de mărfuri sau includerea unui număr de tipuri (subtipuri) noi sau înnoite (modernizate, perfectate, înnobilate) în cadrul grupeii (subgrupeii) ori a unui număr de varietăți noi sau modernizate (perfectate, înnobilate) în cadrul tipului (subtipului) de mărfuri ale sortimentului marfar. Ca **marfă nouă** considerăm marfa cu proprietăți consumiste noi care este elaborată pentru a satisface noi necesități umane sau obținută, fabricată din materia primă nouă ori în compoziție absolut inovativă sau care funcționează și satisface necesitățile

consumatorului în baza unor principii sau legități principial noi, iar **marfa înnoită (modernizată, perfectată, înnobilită)** este marfa cunoscută, dar modificată, perfectată, înnobilită etc. pentru a satisface cât mai profund cerințele consumatorilor aflate în permanentă dezvoltare. La înnoirea sortimentului marfar contribuie atât marfa nouă, cât și marfa înnoită. Cel mai activ în sortimentul comercial se înnoiește nomenclatorul varietăților de mărfuri, pe când introducerea în sortimentul de mărfuri a noilor tipuri/subtipuri, grupe/subgrupe de mărfuri are loc destul de rar.

Înnoirea sortimentului comercial de mărfuri poate fi de două tipuri:

1. *cu sporirea numerică* a nomenclatorului sortimentului comercial – când introducerea în sortimentul comercial de mărfuri a mărfurilor noi sau înnoite (modernizate, perfectate, înnobilate) nu presupune (nu provoacă) excluderea din nomenclatorul marfar al întreprinderii de comerț a mărfurilor existente;

2. *fără sporirea și chiar cu reducerea numerică* a nomenclatorului sortimentului comercial – când înnoirea (inclusiv în sortimentul comercial de mărfuri a mărfurilor noi sau înnoite (modernizate, perfectate, înnobilate) presupune (provoacă) excluderea concomitentă din nomenclatorul marfar al întreprinderii comerciale a mărfurilor vechi sau învechite moral. Tipul de înnoire a sortimentului comercial de mărfuri fără sporirea lui numerică este realizat prin două forme:

a) prin *evoluție* – când varietatea de marfă veche (învechită) moral este treptat înlocuită cu o varietate de același tip (subtip) de marfă, dar înnoită (modernizată, înnobilită, perfectată);

b) prin *revoluție* – când marfa veche (învechită) moral este exclusă din sortimentul de mărfuri fiind înlocuită cu una nouă: o varietate sau un alt tip (subtip) de marfă complet noi (de exemplu: gramofon → patefon → magnetofon → etc.). Mărfurile (varietățile, subtipurile/tipurile și chiar subgrupele/grupele de mărfuri) înlocuite prin revoluție dispar din sortimentul comercial de mărfuri, păstrându-se uneori doar în sortimentul bunurilor consumatorilor.

Bibliografie:

1. Maleca, Tudor. Caracteristici ale sortimentului comercial: nominalizări, definiții, indici și modul determinării lor. *Analele științifice ale Universității Cooperatist-Comerciale din Moldova*. Vol. X. Chișinău: UCCM, Moldcoop, 2012, p. 122-129.
2. Дарбинян, М.М. *Формирование ассортимента и товарные запасы в торговле*. М.: Экономика, 1974, 248 p.
3. Полонская, Л.А. Турянская, М.М. *Формирование ассортимента товаров в розничной торговле*. Киев: Техніка, 1982, 96 p.

CONTROLUL BIOLÓGIC AL FUNGILOR FITOPATOGENI ÎN CONTEXTUL ASIGURĂRII INOCUITĂȚII PRODUSELOR HORTICOLE

*Artiomov Laurenția, dr., conf. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

Fungal plant diseases need to be controlled to ensure the quality and abundance of food, feed, and fiber produced by growers around the world. The postharvest application of fungicides against fruits decay has been increasingly limited by the development of pathogen resistance to many fungicides and negative public perception regarding the safety of pesticides. Biological control of postharvest diseases has emerged as an effective alternative.

This article will describe the current status of research and application of biological controls, and future directions that might lead to the development of more diverse and effective biological controls for plant diseases.

Key words: *biological control, innoquity, fruits and vegetables, antagonistic microorganisms, biopesticides.*

Putrezirea fructelor și legumelor în urma activității agenților fitopatogeni duce la pierderea a 20-25% din recoltă chiar și în țările dezvoltate. Situația este mult mai exasperată în țările în curs de dezvoltare, unde se pierde 35% din producția recoltată din cauza dificultăților de transport și a depozitării și procesării necorespunzătoare [1, p. 15].

Pesticidele utilizate în agricultura tradițională sunt substanțe de sinteză chimică, străine agroecosistemului, reprezentând pentru biocenozele acestora un factor de stres. Multe pesticide sunt greu degradabile, determinând contaminarea alimentelor, solurilor și apelor cu reziduuri toxice. De dorit ar fi ca pesticidele folosite să se epuizeze odată cu realizarea scopului urmărit, în realitate ele însă intră într-un circuit ce afectează ecosistemele terestre. Cel mai mare dezavantaj al utilizării pesticidelor în agroecosisteme este toxicitatea acută a acestora pentru animalele și plantele supuse acțiunii lor.

Utilizarea fungicidelor sintetice ca benomil și iprodion, pentru a controla bolile în perioada post-recoltă, este pe larg dezbătută în literatura științifică. Cu toate acestea, în prezent autoritățile și consumatorii multor țări sunt preocupați de problemele de mediu și sănătate în legătură cu folosirea îndelungată a fungicidelor sintetice și solicitată comunității științifice și industriei alimentare să dezvolte tehnologii ecologice și să asigure produse de calitate. Controlul biologic al bolilor micotice ale plantelor poate fi o alternativă

Lupta biologică a fost definită de Organizația Internațională de Luptă Biologică (O.I.L.B.) ca o metodă de luptă cu organismele dăunătoare culturilor agricole și silvice cu ajutorul altor organisme vii sau cu produse ale activității lor metabolice. În felul acesta, în lupta cu bolile plantelor sunt incluse și antibioticele, ca produse ale activității unor microorganisme și a altor organisme vii.

Sunt puține produse destinate luptei biologice cu patogenii, care se folosesc în prezent, deoarece majoritatea metodelor de combatere biologică a patogenilor sunt încă în fază de cercetare, în comparație cu metodele biologice folosite în combaterea dăunătorilor animalii. Aceste metode, datorită avantajelor mari pe care le prezintă, și anume: lipsa de toxicitate față de animale

și oameni, a fitotoxicității reduse și a caracterului nepoluant, urmează să ocupe un loc mai important în viitor la combaterea bolilor plantelor.

Folosirea microorganismelor antagoniste în lupta cu agenții fitopatogeni devine tot mai răspândită în lume. Mecanismele prin care antagoniștii inhibă agenții patogeni nu sunt încă complet elucidate. Se presupune că are loc competiția pentru substanțe nutritive și spațiu. Alte cauze ar putea fi producerea de antibiotice, parazitismul direct și inducerea rezistenței la speciile colonizate [10, p. 208]. Microorganismele antagoniste pot fi aplicate atât înainte, cât și după recoltare, cele mai bune rezultate fiind obținute în cazul aplicării post-recoltă.

Culturile mixte ale diferitor microorganisme antagoniste agenților fitopatogeni asigură un control mai eficient al bolilor în perioada post-recoltă decât culturile unei singure specii. Utilizarea microorganismelor antagoniste este mai eficientă în complex cu doze mici de fungicide, săruri sau cu tratamentele fizice: iradiere, raze ultraviolete ș.a.

Folosirea culturii de *Candida sake* în asociere cu molibdenatul de amoniu elimină totalmente putregaiul albastru al perelor și reduce cu 80% incidența lui la mere în timpul păstrării în stare refrigerată. Bioeficiența culturii de *Pseudomonas syringae* în controlul antracnozei a fost majorată prin adăugarea dozelor mici de tiobendazol sau imazalil ($250 \mu\text{g ml}^{-1}$), efectul fiind similar cu cel al dozelor mari de fungicide [13, p. 283]. Cercetătorii Conway. W.S. ș.a. [4, p. 330] au inoculat merele Golden Delicious cu *Penicillium expansum* și le-au tratat cu diferite combinații de bicarbonat de sodiu și 2 antagoniști ai *Penicillium expansum* (*Metschnikowia pulcherrima*, *Cryptococcus laurentii*), apoi le-au păstrat în atmosferă obișnuită sau controlată ($\text{CA} = 1,4 \text{ kPa O}_2$ and 3 kPa CO_2) la 1°C pentru 2 sau 4 luni. Doar tratarea cu bicarbonat de sodiu în asociere cu ambii antagoniști și păstrarea lor în stare refrigerată și în atmosferă controlată au eliminat putregaiul cauzat de *Penicillium expansum*. Nizina, un antibiotic natural de origine polipeptidică, intensifică acțiunea antimicotică a drojdiei *Candida oleophila* în cazul fructelor de mere afectate de *Botrytis cinerea* și *Penicillium expansum* [7, p. 12].

În cazul speciei *Candida saitoana* s-a constatat că activitatea sa de biocontrol al dezvoltării pe mere a fungilor fitopatogeni *Botrytis cinerea* și *Penicillium expansum* se bazează pe mecanismul de inducere a formării structurilor anatomice de protecție. Astfel, se previne creșterea necrotrofă a hifelor ciupercilor [El-Ghaouth, 1998, p. 289].

La nivel internațional se folosesc antagoniști ca *Debaryomyces hansenii* Lodder & Krejer-van Rij, *Cryptococcus laurentii* Kufferath & Skinner, *Bacillus subtilis* (Ehrenberg) Cohn, *Trichoderma harzianum* Rifai. Au fost elaborate și înregistrate produse de biocontrol ca *Aspire*, *BioSave*, *Shemer* etc. [5, p. 131]. Deși rezultatele acestor tehnologii sunt încurajatoare, sunt necesare cercetări suplimentare.

Studiile din literatura de specialitate sugerează că fitopreparatele sunt unele dintre mijloacele de perspectivă ale protecției biologice ale plantelor. Impactul acestor preparate este suficient de eficient, extragerea nu este complicată și lungă, sunt inofensive pentru mediu și oameni, se descompun rapid în agrocenoză și folosirea lor, de obicei, este eficientă [15, p. 11].

La ora actuală nu există niciun dubiu că pesticidele ecologice reprezintă o cale de succes în combaterea integrată a bolilor și dăunătorilor. Din cele aproximativ 250 000 de specii ale regnului vegetal în prezent doar câteva dintre acestea sunt inventariate ca și ingrediente de bază pentru obținerea pesticidelor ecologice.

Avantajele pesticidelor ecologice sunt evidente. Majoritatea plantelor folosite ca pesticide ecologice pot fi identificate ușor de fermier, deoarece sunt destul de cunoscute. Multe dintre plantele folosite la prepararea pesticidelor ecologice sunt și plante medicinale importante.

Un avantaj important al utilizării pesticidelor ecologice este lipsa reziduurilor în fructele recoltate. Reieșind din aceasta, fructele tratate cu pesticide ecologice pot fi recoltate și consumate la scurt timp după tratarea acestora. Majoritatea pesticidelor ecologice nu sunt fitotoxice. Rezistența bolilor și dăunătorilor la pesticidele ecologice nu se dezvoltă așa de repede ca și în cazul pesticidelor sintetice [11, p. 15].

Experimental s-au obținut rezultate bune în combaterea unor fitopatogeni cu extracte din ceapă, usturoi, hrean, mac, nuc, pin, dar, datorită dificultăților de extragere, până în prezent nu sunt introduse în practică. Uleiurile esențiale sunt metaboliți secundari ai plantelor, care pot fi utilizați pentru a controla fungii fitopatogeni [3, p. 2290]. Deși multe uleiuri esențiale au efect fungitoxic, este important să se ia în considerare faptul că mirosul intens poate limita utilizarea lor în produsele alimentare. Pentru a rezolva această problemă sunt necesare cercetări tehnologice.

Pentru testarea eficacității extractelor din plante asupra fructelor depozitate (struguri, tomate Cherry, fructe de căpșun) infectate cu specia *Botrytis cinerea* Pers. Miclea R. V a folosit extracte de *Aloe* sp., *Tagetes* sp. *Satureja hortensis*, *Aristolochia clematitis*, *Helleborus purpurascens*, *Sambucus nigra* și *Allium sativum*. Cele mai eficiente extracte care au efect fungistatic asupra *Botrytis cinerea* au fost cele din cimbru de grădină (*Satureja hortensis*), crăițe (*Tagetes* sp.) și propolis [9, p. 312].

O strategie de perspectivă în dezvoltarea metodelor de păstrare a produselor alimentare reprezintă elaborarea foliilor alimentare antimicrobiene pentru ambalaje alimentare, capabile să elibereze substanțele active, printr-un proces de difuzie antimicrobiană față de patogenii care contaminatează alimentele și aditivi biodegradabili (amidon) ca parte din matricea polimerică constituindu-se într-un biopolimer. Foliile alimentare antimicrobiene vor aduce beneficii sănătății consumatorilor prin reducerea riscului de îmbolnăviri cauzate de contaminarea microbiană a alimentelor și a cantității de substanțe chimice, care pot migra în alimente din ambalajele convenționale [9, p. 19].

Chitina și derivatul său chitozanul sunt alternative promițătoare pentru controlul bolilor micotice post-recoltare ale fructelor și legumelor. Chitina este un biopolimer natural regenerabil, aflat în cantități mari în natură, cu un potențial de utilizare polivalentă în industria agricolă, alimentară, care a fost aprobat de către SUA ca biopesticid.

Chitosanul, de asemenea, a devenit o perspectivă alternativă de tratare a fructelor și legumelor, datorită caracterului său natural, activitate antimicrobiană și inducerea reacției de apărare în țesuturile plantelor afectate de boli [8, p. 342]. Chitina sau chitosanul s-au folosit pentru a controla bolile post-recoltare la multe fructe, cum ar fi perele, căpșunele, strugurii de masă, roșiile, citricele etc. Chitina și chitosanul pot diminua în mod eficient bolile post-recoltare ale fructelor prin inhibarea directă a germinării sporilor și a creșterii miceliului fungilor fitopatogeni sau prin stimularea indirectă a enzimelor de protecție a plantelor colonizate de patogeni [14, p. 929].

E necesar de menționat și dezavantajele folosirii pesticidelor ecologice. Pesticidele ecologice au un caracter sezonier, fiind disponibile doar când plantele constituate sunt în faza de vegetație.

Nu toate pesticidele ecologice sunt netoxice pentru organism, există câteva care pot fi la fel de toxice ca și cele sintetice. Pesticidele ecologice nu sunt încă protejate de lege.

Pentru dezvoltarea agriculturii ecologice în Republica Moldova sunt indispensabile metodele ecologice, biologice de protecție a plantelor. În acest domeniu este importantă contribuția Institutului de Protecție a Plantelor și Agricultură Ecologică al AȘM, unde se

elaborează mijloace ecologic - inofensive, care permit combaterea eficientă a organismelor dăunătoare.

Cercetătorii acestui Institut identifică componentele și perfecționează schemele de sinteză și aplicare a feromonilor sexuali, a substanțelor biologice active, a extractelor de origine vegetală, implementează metode de prognoză a dezvoltării bolilor și dăunătorilor pentru sistemele de protecție integrată a plantelor, elaborează tehnologii ecologice de protecție a culturilor agricole [12, p. 33]. Au fost elaborate preparate ecologice pentru protecția plantelor, combaterea bolilor și dăunătorilor care corespund cerințelor ecologice ca *Funecol*, *Pelecol* și *Recol*.

Concluzii

Combaterea biologică se poate realiza prin: hiperparazitism, prin antagonismul dintre microorganisme, prin dezvoltarea mai bună a plantelor, folosirea antibioticelor, preimunizarea, utilizarea substanțelor de natură vegetală. Strategiile de control biologic al fungilor fitopatogeni în perioada post-recoltă sunt o componentă obligatorie a agriculturii ecologice, dar aplicarea în practică la scară a acestor strategii este limitată de mai mulți factori: cost, eficacitate, fiabilitate. Sunt necesare încă serioase cercetări pentru a fi siguri că utilizarea microorganismelor antagoniste nu influențează negativ proprietățile naturale ale fructelor și legumelor.

E necesară continuarea cercetărilor modului de acțiune a chitinei și chitosanului în controlul bolilor post-recoltare de fructe, deoarece sunt încă multe neclarități. Prin urmare, pentru a înțelege pe deplin mecanismul de acțiune a chitinei și chitosanului împotriva fungilor patogeni și rolul lor în inducerea răspunsului de apărare a fructelor la infecție sunt necesare noi investigații la nivel molecular și proteomic.

Întru a deveni accesibile pentru fermierii din agricultura ecologică, biopesticidele trebuie să fie înregistrate și disponibile în comerț. Utilizarea metodelor biologice în scopuri comerciale este limitată de specificul aplicării lor în comparație cu cel al fungicidelor. Biocontrolul este o nouă abordare în controlul bolilor fructelor în perioada post-recoltă și are încă diverse limitări. Eficacitatea unor agenți de biocontrol este limitată la anumiți patogeni, specii sau chiar soiuri. Utilizarea metodelor de biocontrol în complex cu alte metode non-fungicide (chitină, chitosan, bicarbonat de calciu, acid salicilic, propolis etc.) sporește eficacitatea lor, extinde spectrul bolilor ce pot fi controlate.

Combaterea integrată a bolilor și dăunătorilor, ce are ca scop reducerea numărului de tratamente chimice, utilizarea pesticidelor cu toxicitate scăzută și selective, folosirea metodelor biologice ar putea diminua cantitatea de pesticide de sinteză utilizate în protecția plantelor.

Bibliografie:

1. ABANO, E., SAM-AMOH, L. Application of antagonistic microorganisms for the control of postharvest decays in fruits and vegetables. *International journal of advanced biological research*. 2012, vol.2, p. 1-39.
2. ANTON, L. et al. *Extracte botanice cu acțiune antimicrobiana pentru ambalaje alimentare active*: Materialele Simpozionului național cu participare internațională - Prioritățile chimiei pentru o dezvoltare durabilă – PRIOCHEM. Ed. a VI-a. București, 2010.
3. CAMELE, I., ALTIERI, L., DE MARTINO, L. In Vitro Control of post-harvest fruit rot fungi by some plant essential oil components. *International Journal of Molecular Sciences*. 2012. vol. 13 (2), p. 2290–2300.

4. CONWAY, W.J. et al. Control of blue mold of apple by combining controlled atmosphere, an antagonist mixture, and sodium bicarbonate. *Postharvest Biology and Technology*. 2007, vol. 45 (3), p. 326–332.
5. DROBY, S., WISNIEWSKI, M., EL-GHAOUTH, A., WILSON, C. Influence of food additives on the control of postharvest rots of apple and peach and efficacy of the yeast-based biocontrol product Aspire. *Postharvest Biology and Technology*, 2003, vol. 27 (2), p. 127–135.
6. EL-GHAOUTH, A., WILSON, C.L., WISNIEWSKI, M.E. Ultrastructural and cytochemical aspects of biocontrol activity of *Candida saitoana* in apple fruit. *Phytopathology*. 1998, vol. 88, p. 282–291.
7. EL-NESHAWY, S.M., WILSON, C. Nisin enhancement of biocontrol of postharvest diseases of apple with *Candida oleophila*. *Postharvest Biology and Technology*. 1997, vol.10 (1), p. 9–14.
8. FISK, CL, SILVER, AM, STRIK, BC, ZHAO, Y. Postharvest quality of hardy kiwifruit (*Actinidia arguta* „Ananasnaya”) associated with packaging and storage conditions. *Postharvest Biol. Technol.* 2008, vol. 47, p. 338–345.
9. MICLEA, R. V., CARMEN, E. P. Characterization of *Botrytis Cinerea* Pers. Isolates and their Biological Control with Hydroalcoholic Plant Extracts. *Bulletin USAMV Agriculture*. Iasi, 2012, vol. 69, nr. 1, p. 312.
10. SHARMA, R., SINGH, D., SINGH, R. Biological control of postharvest diseases of fruits and vegetables by microbial antagonists. *Biological control*. 2009, vol. 50, issue 3, p. 205-221.
11. SINGUREANU, V., MOLDOVAN, G. Pesticidele ecologice în protecția plantelor. *Bioterra*, 2011, nr. 2, p.15.
12. VOLOȘCIUC, L. Protecția plantelor: probleme și perspective. *Știința Agricolă*. Chișinău, 2009, nr. 1, p. 33.
13. WILLIAMSON, S.M., GUZMAN, M., MARIN, D., ANAS, O. Evaluation of *Pseudomonas syringae* strain ESS-11 for biocontrol of crown rot and anthracnose of bananas. *Biological Control*. 2008, vol. 46 (3), p. 279–286.
14. ZANG, H., RENPING, L., WEIMIN, L. Effects of chitin and its derivative chitosan on postharvest decay of fruits. *Int. J. Mol. Sci.* 2011, vol. 12 (2), p. 917–93.
15. ZARINS, I., DAUGAVIETIES, M., HALIMONA J. Biological activity of plant extracts and their application as ecologically harmless biopesticide. *Scientific works of the Lithuanian Institute of Horticulture and Lithuanian University of Agriculture*, 2009, vol. 28 (3), p. 11.

SIGURANȚA ALIMENTARĂ – NECESITATE ÎN COMERCIALIZAREA PRODUSELOR ALIMENTARE

*Purici Ion, dr., conf. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

This paper seeks to highlight the role of food safety in food trade. International law and the food industry in R. Moldova provides for all units involved in the whole food chain from primary producers to the sale of food (production, transport, storage and serving of food trade), the principles of a system of food safety management based on risk assessment and prevention. The quality of the food industry does not only refer to the finished product, but is also hygienic processes. In this context, the quality is and always will be an important competitive factor.

Key words: *aliment, quality, safety, reglementation, European Union.*

Alimentele, fie ele de origine vegetală sau animală, sunt indispensabile pentru om, întrucât asigură energia și substanțele nutritive de bază. Alimentele sunt necesare pentru buna desfășurare a proceselor metabolice, creșterea și dezvoltarea individului. Hrana reprezintă, de fapt, substanța care asigură reglarea proceselor de schimb dintre organism și mediul înconjurător.

În ultimul timp, explozia de alimente care-s tot mai divers și colorat ambalate pentru a atrage consumatorul, compoziția lor complexă și alimentația incorectă, săracă uneori în nutrienți necesari organismului, precum și combinarea „periculoasă” a alimentelor, au condus la creșterea riscurilor de îmbolnăvire prin intermediul alimentelor ingerate, pe fondul factorilor stresanți, la care este supus omul zi de zi. Toate acestea au determinat o revizuire a concepției despre nutriția umană și accentuarea caracterului ei de factor preventiv pentru sănătate.

Actualmente, se pune tot mai mult accent pe valoarea nutritivă a produselor comercializate. Crește răspunderea celor care produc și comercializează alimente în ceea ce privește starea lor de inocuitate.

Apa, aerul, rețetele produselor, tehnicile de prelucrare, microorganismele și alți biodăunători sunt cei mai importanți factori purtători de agenți poluanți, care influențează alimentele pe întregul lor lanț, de la materie primă până la produs finit.

Calitatea produselor alimentare poate fi afectată și influențată de factori interni, cum ar fi compoziția chimică a produsului, însușirile biologice, proprietățile fizice – și de factori externi – dintre care fac parte solicitările mecanice în timpul manipulării produselor, compoziția aerului atmosferic, temperatura aerului, umiditatea aerului, lumina și diverse radiații.

O alimentație săracă în substanțe nutritive de bază (proteine, glucide, lipide, vitamine, săruri minerale, apă) atrage după sine efecte negative asupra sănătății omului, reducându-i astfel capacitatea de muncă, rezistența în fața factorilor stresanți și la acțiunea agenților patogeni de tot felul și, totodată, amplifică gravitatea unor afecțiuni metabolice etc.

Studiul alimentației umane a intrat mai târziu în sfera cercetărilor științifice, deși au fost stabilite legături între alimentație și sănătate încă din cele mai vechi timpuri. Hipocrate a fost cel care a semnalat pentru prima dată această relație între sănătate și alimentație rațională, precizând că „dacă reușim să găsim pentru fiecare om echilibrul dintre alimentație și exercițiile fizice, am reușit să descoperim mijlocul de întreținere a sănătății”.

Problema unei alimentații corecte și raționale, pe plan mondial, constituie preocuparea fundamentală a Organizației pentru Alimentație și Agricultură (F.A.O.). Constituit încă în octombrie 1946, acest organism specializat al O.N.U. își are activitatea structurată după două principii:

- ameliorarea nutriției să devină un obiectiv esențial al dezvoltării rurale;
- dezvoltarea economică și socială a fiecărei țări trebuie măsurată în termeni de ameliorare nutrițională.

Concentrarea eforturilor tuturor celor implicați în lanțul complex de fabricare a produselor alimentare, care include producția agricolă, procesarea și transportul, precum și asigurarea trasabilității produsului până la consumator ar conduce la obținerea de produse calitative și sigure.

Siguranța alimentelor este o responsabilitate a tuturor, conform Uniunii Europene și Organizației Mondiale a Sănătății, începând de la originea lor până în momentul în care ajung pe masă. O prioritate esențială pentru fermieri este aceea de a se asigura că produsele lor sunt produse de calitate, fie de origine vegetală sau animală. Astăzi, fermierii pot beneficia de consultanță agricolă, care le poate oferi sfaturi despre utilizarea corectă a produselor fertilizante, a pesticidelor și a altor produse de acest gen.

Pesticidele sunt supuse unor teste riguroase înainte de a fi permise de către autoritățile naționale sau europene. În urma testului, pentru a putea fi utilizat conform instrucțiunilor sale, pesticidul trebuie să îndeplinească o serie de condiții, printre care am menționa următoarele:

- să acționeze conform scopului;
- să nu aibă efecte secundare negative asupra oamenilor, în timpul utilizării la fermă sau în urma reziduurilor care se află în alimente;
- să nu inducă efecte negative asupra mediului înconjurător.

Alimentele prezintă, însă, riscul de a fi contaminate pe tot parcursul lanțului tehnologic cu substanțe chimice sau cu diverși agenți patogeni. Contaminarea produselor alimentare de origine vegetală poate fi de două tipuri, în funcție de factorii care o determină:

- *contaminare biologică* care e produsă de bacterii, fungii, viruși sau paraziți. La acest tip de contaminare, produsele prezintă în cele mai multe cazuri semne vizibile, organoleptice.
- *contaminare chimică* care e produsă de substanțe chimice provenite din mediu, reziduuri de metale grele etc., care pot să ajungă în produse întâmplător ori accidental, în timpul manipulării substanțelor în procesul de prelucrare a produselor etc.

Toate studiile efectuate cu privire la toxicitatea contaminanților chimici s-au realizat pe animale și din această cauză nu se știe întotdeauna, cu siguranță, dacă substanțele au aceleași efecte și asupra oamenilor. Până acum se cunosc o multitudine de compuși, care reduc inocuitatea produselor alimentare, cu influențe negative asupra sănătății consumatorului. Iată de ce este foarte important să se cunoască modalitatea de pătrundere a acestora în produsele alimentare, precum și posibilitățile de evitare a contaminării sau poluării.

Printre contaminanții vizați se remarcă:

- folosirea permanentă sau ocazională a unor substanțe chimice în agricultură, care pot acționa, în primul rând, asupra ficatului, producând perturbări în metabolism și au acțiune cancerigenă. *Comisia Codex Alimentarius* a elaborat *Standardul CAC/RS 71 – 1976 (seria a cincea)* privind limitele maxime internaționale recomandate pentru reziduuri de pesticide:

- produși toxici, care pot contamina direct sau indirect produsele ori se pot forma în timpul proceselor de prelucrare și conservare (contaminarea produselor de origine vegetală cu

nitrozamine, în situația în care au fost cultivate pe terenuri tratate cu îngrășăminte azotoase etc.). Acești produși toxici au acțiune iritantă asupra tubului digestiv, provocând congestii și hemoragii, provoacă creșterea tensiunii arteriale și afectează ficatul;

- poluare chimică din utilaje sau ambalaje, atunci când acestea conțin metale toxice: cupru, plumb, aluminiu ș.a. (plumbul poate provoca saturnism, boală cu efecte somatice și genetice; aluminiul se depune în țesuturile cerebrale etc.).

Unele substanțe grele pătrund în organism și se depozitează în diferite țesuturi, declanșând acțiunea toxică după ce s-au acumulat într-o anumită cantitate.

Prezența metalelor grele în produsele alimentare este reglementată prin norme de igienă elaborate de Ministerul Sănătății:

- exploziile nucleare, folosirea pe scară largă a radiațiilor ionizante, a elementelor radioactive și a energiei nucleare;

- poluarea chimică cu aditivi alimentari, atunci când aceștia depășesc limitele admisibile prevăzute de legislația igienico-sanitară.

Conform manualului procedural al Comisiei Codex Alimentarius (FAO/ OMS), aditivii alimentari sunt reprezentați de orice substanță, chiar de natură microbiologică, care nu este consumată în mod natural ca aliment și care nu este folosită în mod natural ca ingredient, chiar dacă are sau nu valoare nutritivă, a cărei adăugare în produsele alimentare este legată de un scop tehnologic și organoleptic.

Apariția pe piața din R. Moldova a unor produse din Uniunea Europeană, produse cerealiere, oleaginoase și zaharoase pentru consumul uman va condiționa tot mai mult calitatea, în toate etapele filierei, începând cu producția agricolă, continuând apoi cu recepționarea și depozitarea pe categorii de calitate a semințelor de consum, astfel încât comercializarea produselor cerealiere și oleaginoase și zaharoase va fi îmbunătățită. Promovarea unui management performant și sporirea calității produselor agricole vegetale va contribui vădit la sporirea competitivității pe piața națională și internațională.

În încheiere vom remarca că responsabilitatea privind siguranța alimentelor le revine tuturor actorilor implicați în domeniul alimentar, începând cu profesioniștii și terminând cu consumatorii. Este necesar de implementat în fiecare unitate de procesare a produselor alimentare diverse proceduri și mecanisme de control, care să asigure implicit faptul că ar garanta calitatea produselor ce ajung pe masa consumatorului, având un risc de contaminare redus până la zero, iar populația ar fi mult mai sănătoasă în urma beneficiilor aduse de alimente sigure și sănătoase.

Bibliografie:

1. CIUMAC, J. *Science et technologies des aliments*. Chișinău: Ed. Tehnica- Info, 2006.
2. COSTIN, G. *Știința și ingineria brânzeturilor*. București: Editura Academică, 2004.
3. GAVRIL, N. *Alimentație, nutrienți, alimente*. Ed. EMIA, 2004.
4. MICU, L.- M., PETANEC, D.- I. Calitatea și siguranța produselor alimentare în contextul reglementarilor impuse de Uniunea Europeană. *Buletinul AGIR*. 2008, nr. 1-2, p. 33-35.
5. www.fao.org

GRADUL DE MODIFICARE A UNOR INDICI BIOCHIMICI ÎN FUNCȚIE DE TEMPERATURA DE PĂSTRARE APLICATĂ

*Maleca Tudor, dr., conf. univ.,
Chihai Marcela, lect. sup.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

The present work is dedicated to the problem of apples preservation and to determine the degradation of plastic substances during storage. For this, has been selected four late varieties of apple, which were stored in different temperature regimes (1, 2 and 3°C) and were determined in dynamic: the titratable acid content, the content of sugars, ascorbic acid content.

Key words: *apple fruit, the temperature of storage, the plastic substances, the titratable acid content, the content of sugars, ascorbic acid content.*

Introducere

Din toate culturile horticole, merelor le revine cea mai mare suprafață de cultivare, fiind una din perspectivele de dezvoltare ale economiei naționale. Cultura mărului în cea mai mare parte asigură populația cu fructe proaspete practic pe parcursul întregului an [2]. Particularitățile nutritive ale fructelor de măr sunt asigurate de zona de cultivare, condițiile pedoclimaterice, complexul de acțiuni agrotehnice întreprinse în livezi și în cea mai mare parte de particularitățile soiului [1, 3, 4].

Perioada de păstrare a fructelor și calitatea fructelor depind în mare măsură de o serie de factori și de procesele care au loc în timpul păstrării merelor. Cei mai semnificativi factori sunt: temperatura de păstrare, umiditatea relativă a aerului, viteza de circulație a aerului etc. [1, 2, 6].

Luând în considerație cele menționate, cercetările din această lucrare au fost orientate spre studierea ritmului de biodegradare a substanțelor plastice și a intensității respirației fructelor de 4 soiuri tardive de măr, păstrate în condiții de temperatură de 1, 2 și 3°C.

Materiale și metode

Cercetările au fost efectuate în laboratorul de cercetări științifice merceologice al UCCM și în cadrul Institutului de Genetică și Fiziologie a Plantelor.

Ca obiect de studiu au servit fructele de măr a unor soiuri tardive Florina, Pinova, King Jonagold și Țampion, cultivate în livada de meri a S.A. Alfa Nistru din r. Soroca, din apropierea s. Ruslanovca. Fructele recoltate au fost depozitate în aceeași zi în camere frigorifice experimentale, în trei regimuri de temperatură (1, 2 și 3°C), la umiditatea relativă a aerului de 85%. Pentru soiurile de mere cercetate au fost determinați următorii indici: aciditatea titrabilă, conținutul de monozaharide, dizaharide și zahăr total, conținutul de acid ascorbic conform metodelor biochimice [5].

Rezultate și discuții

Din loturile de fructe de soiurile de măr cercetate, până la depozitarea lor în camerele frigorifice experimentale, au fost selectate probe pentru următoarele determinări: *aciditatea titrabilă, acidul ascorbic, monoglucide, zaharoza, zahăr total* (Tabelul 1).

Tabelul 1**Valorile indicilor biochimici la fructele soiurilor de măr cercetate la etapa inițierii păstrării**

Denumirea soiului cercetat	Conținutul glucidelor, %			Conținutul acizilor titrabili, %	Conținutul acidului ascorbic, mg %
	Mono-glucide	Zaharoza	Zahăr total		
Florina	6,84	0,98	7,92	0,70	11,16
Țampion	6,82	1,28	8,10	0,65	8,81
King Jonagold	6,98	2,2	9,18	0,75	9,16
Pinova	6,62	0,96	7,58	0,74	8,28
DL 5%	0,08	0,26	0,33	0,01	0,59

Din cele prezentate, observăm că soiul King Jonagold se remarcă printr-un conținut mai sporit de glucide – 9,18%. Printr-un conținut mai sporit al acizilor titrabili s-au evidențiat soiurile King Jonagold (0,75%) și Pinova (0,74%). Soiul Florina, comparativ cu celelalte soiuri cercetate, se deosebește printr-un conținut mai înalt de acid ascorbic (11,16 mg%).

Ca substrat pentru procesele de respirație sunt folosite substanțele plastice, dintre care, și acizii. Biodegradarea acestora depinde de asemenea de temperatura de păstrare (Tabelul 2).

Tabelul 2**Modificarea conținutului de acizi titrabili în fructele de măr, în funcție de temperatura de păstrare**

Denumirea soiului	Conținutul inițial de acizi titrabili, %	Temperatura de păstrare, °C	Conținutul de acizi titrabili, în dinamică, %			
			25.11.	25.12.	21.01.	25.02.
Florina	0,7	1	0,69	0,67	0,63	0,56
		2	0,68	0,66	0,61	0,55
		3	0,66	0,65	0,58	0,54
DL 5%			0,006	0,005	0,008	0,005
Țampion	0,65	1	0,63	0,62	0,59	0,53
		2	0,61	0,59	0,57	0,52
		3	0,69	0,53	0,51	0,49
DL 5%			0,01	0,01	0,01	0,004
Kingionagold	0,75	1	0,71	0,63	0,58	0,56
		2	0,69	0,61	0,57	0,55
		3	0,65	0,61	0,56	0,51
DL 5%			0,008	0,003	0,004	0,007
Pinova	0,74	1	0,71	0,69	0,63	0,57
		2	0,70	0,65	0,61	0,56
		3	0,69	0,64	0,60	0,52
DL 5%			0,006	0,007	0,007	0,007

La începutul perioadei de păstrare, conținutul acizilor titrabili a fost: pentru fructele soiului Florina – 0,70%, soiul Țampion – 0,65%, soiul King Jonagold – 0,75% și soiul Pinova – 0,74%. La o temperatură mai înaltă, procesul de respirație este mai intens, ceea ce cauzează consumul unei cantități mai mari de substanțe plastice, inclusiv și acizi titrabili. Astfel, la finele perioadei de păstrare, pentru toate soiurile cercetate păstrate la temperatura de 1°C, conținutul acizilor titrabili a constituit: 0,56% (Florina), 0,53% (Țampion), 0,56% (King Jonagold), 0,57% (Pinova); pentru cele păstrate la temperatura de 2°C - 0,55% (Florina), 0,52% (Țampion), 0,55% (King Jonagold), 0,56% (Pinova); iar la temperatura de 3°C - 0,54% (Florina), 0,49% (Țampion), 0,51% (King Jonagold), 0,52% (Pinova).

Din aceasta observăm că acizii titrabili degradează mai lent la păstrarea soiurilor cercetate la temperatura de 1°C.

Aceeași legitate s-a observat și în cazul acidului ascorbic (Tabelul 3).

Conținutul acidului ascorbic la începutul perioadei de păstrare a constituit: în fructele soiului Florina – 11,16 mg%, în fructele soiului Țampion – 8,81 mg%, în fructele soiului King Jonagold – 9,16 mg% și în fructele soiului Pinova – 8,28 mg%.

Conform literaturii de specialitate, se cunoaște că acidul ascorbic, participă la procesele metabolice din țesuturile fructelor de măr. Gradul de degradare a acidului ascorbic, depinde de temperatura de păstrare, deoarece la o temperatură mai înaltă și intensitatea proceselor metabolice este mai mare.

Tabelul 3

**Modificarea conținutului de acid ascorbic în fructele de măr,
în funcție de temperatura de păstrare**

№	Denumirea soiului	Conținutul inițial de acid ascorbic, mg%	Temperatura păstrării, °C	Conținutul de acid ascorbic, în dinamică, mg %			
				25.11	25.12	21.011	25.02.
1.	Florina	11,16	1	10,35	9,65	7,63	6,46
			2	9,82	8,22	7,46	6,16
			3	9,32	8,22	6,69	5,81
	DL 5%			0,19	0,18	0,08	0,12
2.	Țampion	8,81	1	8,65	8,22	6,93	5,40
			2	8,42	8,04	6,57	5,05
			3	8,05	7,17	5,99	4,46
	DL 5%			0,09	0,13	0,15	0,15
3.	King Jonagold	9,16	1	8,96	7,17	6,51	5,87
			2	8,75	7,17	6,16	5,52
			3	7,82	6,81	5,64	5,29
	DL 5%			0,15	0,05	0,14	0,1
4.	Pinova	8,28	1	8,28	7,28	6,93	5,99
			2	8,15	7,75	6,52	5,64
			3	7,65	7,05	5,99	5,16
	DL 5%			0,09	0,11	0,16	0,14

După perioada de păstrare de 150 zile, conținutul de acid ascorbic s-a redus diferit, în dependență de regimul termic de păstrare. Astfel, la finele perioadei de păstrare, conținutul de acid ascorbic în fructele soiului Florina, păstrate la temperatura de 1 °C a fost – 6,46 mg%, la temperatura de 2 °C – 6,16 mg%, iar la temperatura de 3 °C – 5,81 mg%. Pentru soiul Țampion au fost obținute următoarele rezultate: 5,40 mg% (1 °C), 5,05 mg% (2 °C) și 4,46 mg% (3 °C). Aceeași legitate s-a înregistrat și în cazul celorlalte soiuri: King Jonagold – 5,87 mg% (1 °C), 5,52 mg% (2 °C) și 5,29 mg% (3 °C), Pinova – 5,99 mg% (1 °C), 5,64 mg% (2 °C) și 5,16 mg% (3 °C).

Cercetând gradul de modificare a conținutului glucidelor la fructele de măr, în funcție de regimul aplicat, s-au observat de asemenea deosebiri atât între soiuri, cât și în dependență de regimul de temperatură aplicat (Tabelul 4).

Conform literaturii de specialitate, se știe că sporirea conținutului de glucide în timpul păstrării are loc ca urmare a hidrolizei amidonului din țesuturi, precum și a polizaharidelor din membrana celulară. Intensitatea acestor procese este determinată în mare măsură de temperatura de păstrare aplicată [3,7].

Tabelul 4

Modificarea conținutului de glucide în fructele de măr, în funcție de temperatura de păstrare

Denumirea soiului	Conținutul inițial de zaharuri, % 25.10.			Temperatura de păstrare, °C	Conținutul de zaharuri în dinamică, %											
	Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total		25.11.			25.12.			21.01.			25.02.		
					Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total	Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total	Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total	Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total
Florina	6,84	0,98	7,92	1	6,05	3,21	9,26	6,35	3,52	9,87	7,04	2,91	9,95	7,23	2,98	10,21
				2	6,55	3,1	9,65	6,91	2,75	9,66	7,02	2,78	9,80	7,52	2,66	10,18
				3	6,61	2,62	9,23	6,74	3,22	9,96	6,81	3,32	10,13	6,88	3,86	10,74
DL 5%				0,07	0,08	0,05	0,08	0,12	0,21	0,03	0,08	0,06	0,11	0,17	0,07	
Țampion	6,82	1,28	8,10	1	5,87	2,56	8,43	5,92	2,5	8,42	5,97	2,8	8,77	6,01	2,93	8,94
				2	5,65	2,71	8,36	6,0	2,6	8,6	6,11	3,01	9,12	6,24	2,91	9,15
				3	6,32	2,31	8,63	6,1	2,2	8,30	6,24	3,71	9,95	6,31	3,5	9,81
DL 5%				0,1	0,07	0,1	0,03	0,05	0,01	0,07	0,12	0,17	0,04	0,08	0,02	
King Jonagold	6,98	2,2	9,18	1	5,28	3,90	9,18	5,43	3,18	9,24	5,61	3,75	9,36	6,21	3,76	9,97
				2	5,36	3,54	8,90	5,12	3,42	8,54	6,42	2,8	9,22	6,48	3,6	10,08
				3	6,65	2,21	8,86	6,42	2,63	9,05	6,54	3,25	9,99	6,58	3,56	10,14
DL 5%				0,03	0,04	0,04	0,17	0,12	0,02	0,12	0,17	0,1	0,05	0,03	0,03	
Pinova	6,62	0,96	7,58	1	4,84	3,41	8,25	4,92	3,31	8,23	5,12	3,36	8,48	5,34	3,03	8,37
				2	5,01	2,72	7,73	5,24	2,91	8,13	5,31	3,21	8,52	5,59	3,60	9,19
				3	5,21	3,7	8,91	5,37	3,91	9,28	5,38	3,97	9,35	5,61	3,31	8,92
DL 5%				0,06	0,14	0,2	0,07	0,16	0,14	0,04	0,1	0,19	0,03	0,4	0,12	

Rezultatele prezentate în tabelul 4 confirmă că fructele soiurilor Țampion, King Jonagold și Pinova au înregistrat cele mai mici valori ale conținutului de zahăr total fiind păstrate la temperatura de 1 °C, iar cele ale soiului Florina – la 2 °C. Conținutul mai înalt de zaharuri în fructele soiurilor cercetate confirmă o intensitate mai sporită a hidrolizei glucidelor. Din aceste

considerente, cel mai mare conținut de zahăr total s-a înregistrat pentru soiurile Florina, Țampion și King Jonagold păstrate la 3°C, iar pentru soiul Pinova, procesele de hidroliză au fost mai intense la temperatura de 3°C, înregistrându-se un conținut mai sporit de zahăr total, spre deosebire de celelalte regimuri termice de păstrare.

Concluzii:

1. În rezultatul cercetărilor efectuate s-a stabilit că temperatura este factorul principal în perioada de păstrare, care reglează procesele metabolice în fructe;
2. În limita temperaturilor aplicate de 1, 2 și 3 °C fructele soiurilor cercetate au reacționat diferit, în funcție de particularitățile biologice ale genotipului, consumând cantități diferite de substanțe plastice. Temperatura optimă de păstrare pentru soiul Florina este 2 °C, iar pentru Țampion, King Jonagold și Pinova – 1 °C.

Bibliografie:

1. BUJOREANU, N. *Formarea direcționată a fructelor pentru păstrare îndelungată*. Chișinău: Editura "Princeps Magna" SRL, 2010.
2. JAMBA, A., CARABULEA, B. *Tehnologia păstrării și industrializării produselor horticole*. Chișinău: Editura Cartea Moldovei, 2002.
3. АРАСИМОВИЧ, В.В., ПОНОМАРЕВА, Н. П. *Обмен углеводов при созревании и хранении плодов яблони*. Кишинев: Штиинца, 1976, 117 р.
4. БУЖОРЯНУ, Н. et al. *Лежкоспособность плодов и факторы, снижающие их потери при длительном хранении*. Кишинев: Штиинца, 1993, 92 р.
5. ЕРМАКОВ, А. И., АРАСИМОВИЧ, В. В. *Методы биохимического исследования растений*. Ленинград: Агропромиздат, 1987, 430 р.
6. МЕЛНИК, А.В. *Современные способы послеуборочной обработки длительного хранения плодов. Обзорная информация ВАСХНИЛ*. М.: Экономика, 1988, 271 р.
7. МЕТЛИЦКИЙ, Л. В. *Биохимия плодов и овощей*. М.: Экономика, 1970, 271 р.

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕПЛОМАССОБМЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ ДВУСТОРОННЕМ ЖАРЕНИИ В ФУНКЦИОНАЛЬНО ЗАМКНУТЫХ ЁМКОСТЯХ

Скрипник В.А., к.т.н., доц.,

Герман Н. В., доц.,

Молчанова Н.Ю., к.т.н.,

Полтавский университет экономики и торговли, Украина

An analytical dependence of the duration of the process of bilateral roasting of beef with high connective tissue of the force of compression are proposed and experimentally verified in the article. A theoretical model of the process of roasting of meat with high connective tissue by placing the meat products in a functionally closed containers and compressing them with a certain force between two surfaces of the heating apparatus is developed.

Key words: *the process of roasting, experimentally verified in the article, analytical dependence.*

Безопасность пищевых продуктов является основным приоритетом любой развитой страны. Кроме того, высокие требования, предъявляемые к качеству пищевых продуктов, и их выполнение обеспечивает доминирование продукции этих стран на мировом рынке. Для повышения безопасности пищевых продуктов, кроме использования качественного сырья для их производства, необходимо применять ресурс- и энергосберегающие технологии и оборудование. Решение поставленных задач в Украине позволит увеличить конкурентоспособность украинских продовольственных товаров на мировом рынке.

В пищевой отрасли и ресторанном хозяйстве данные разработки решаются в основном за счет интенсификации процесса тепловой обработки и увеличения выхода готового продукта. При этом важным условием является максимальное сохранение пищевой ценности готовых продуктов и недопущение образования в них вредных веществ. Особенно это относится к процессам жаренья мяса.

Значительное место среди блюд из жареного мяса занимают порционные натуральные изделия (лангет, бифштекс, антрекот). Однако для их производства используют наиболее нежные и мягкие части туши (вырезка, толстый и тонкий края), которые составляют у крупного рогатого скота около 10 % от массы, поскольку содержание коллагена в них незначительно, в то время как другие части туши, содержащие значительное количество соединительной ткани (например, лопаточная и тазобедренная), для этого не пригодны и используются для приготовления мелкокусковых полуфабрикатов.

Производство жареных мясных натуральных порционных изделий, изготовленных из мяса с высоким содержанием соединительной ткани (ВССТ), возможно при условии его предварительной обработки (механической, обработки кислотами, ферментами и т.д.). Это позволит увеличить объемы мяса, пригодного для производства мясных натуральных порционных до 25 % [1-3]. Однако предварительная обработка существенно влияет на выход готового продукта и его конечное качество.

Основными условиями для доведения до состояния кулинарной готовности мяса с ВССТ является количество разваренного коллагена, на которую в значительной мере влияет интенсивность подведения теплоты и присутствие влаги во время тепловой обработки,

причем влага может подводиться как из внешней среды, так и путем сохранения нативной влаги мяса.

На основе проведенного анализа существующих научных разработок была выдвинута гипотеза о возможности разработки нового способа жаренья и соответствующего оборудования для производства натуральных порционных жареных изделий, изготовленных из мяса говядины с ВССТ.

Наиболее приемлемым решением задачи по увеличению поверхности теплообмена между продуктом и нагревающей поверхностью является проведение процесса жаренья при двустороннем подведении теплоты в условиях сжатия. Прижатие во время жаренья продукта к нагревающим поверхностям обеспечивает увеличение поверхности их контакта. Это приводит до почти полного исключения воздушной прослойки между продуктом и нагревающей поверхностью, а, следовательно, к увеличению коэффициента теплопередачи.

Однако подведение теплоты происходит лишь к той поверхности продукта, которая непосредственно контактирует с нагревающей поверхностью. К боковой поверхности продукта подведение теплоты в данном случае не обеспечивается и ее нагревание осуществляется лишь за счет распространения теплоты внутри продукта. Кроме того, через эту поверхность продукт теряет полученную теплоту.

Фактором, ограничивающим пути интенсификации процесса тепловой обработки за счет увеличения поверхности контакта, является то, что при рассмотренных процессах тепловой обработки влага, удаляющаяся из продукта, попадает на нагревающую поверхность, испаряется и вместе с теплотой парообразования теряется в окружающей среде. Это приводит к недоиспользованию подведенной теплоты к продукту нагревающими поверхностями, которое, в свою очередь, снижает эффективность процесса жаренья. При условии организации процесса жаренья с обеспечением более полноценного использования подведенной тепловой энергии от нагревающих поверхностей к продукту происходит интенсификация процесса тепловой обработки мясных изделий и увеличение его эффективности в целом.

Решить вопрос более полного использования подведенной нагревающими поверхностями тепловой энергии и обеспечения подведения теплоты к поверхностям продукта возможно при условии организации процесса жаренья, при котором пар, который ранее терялся вместе с теплотой парообразования в окружающей среде, в максимальном количестве оставался бы в зоне контакта с боковыми поверхностями продукта. В данном случае при контакте пара с боковой поверхностью продукта, имеющей в течение всего процесса жаренья меньшую температуру, чем температура пара, будет происходить его конденсация. Это возможно путем создания функционально замкнутого объема и осуществления процесса жаренья при размещении в нем мясных изделий. Кроме того, вытеснение воздуха паром из рабочей зоны функционально замкнутого объема будет способствовать значительному увеличению коэффициента теплоотдачи от пара к боковой поверхности продукта.

Рассмотренные направления оптимизации параметров процесса жаренья определили условия относительно организации его проведения:

- обеспечение подведения необходимого количества теплоты к горизонтальным поверхностям продукта путем отдельного регулирования температур поверхностей нагревания аппарата при двустороннем жаренье в условиях сжатия;

- проведение процесса жаренья путем размещения мясных изделий в функционально замкнутой емкости и установкой их между двумя поверхностями нагревания аппарата в условиях сжатия.

Таким образом, решение поставленной задачи по разработке процесса жаренья мяса с ВССТ возможно путем проведения его в условиях сжатия между двумя поверхностями нагревания с использованием функционально замкнутых емкостей (ФЗЕ).

Осуществление процесса жаренья (рис. 1) будет проводиться путем размещения мясных полуфабрикатов, изготовленных из мяса с ВССТ, в ФЗЕ и сжатием с определенным усилием P между двумя поверхностями нагревания. Нагревание верхней и нижней поверхностей продукта, контактирующих с поверхностями нагревания, обеспечивается тепловыми потоками q_1 и q_2 . Кроме того, к боковым поверхностям также будет обеспечиваться подведение теплоты за счет конденсации на них влажного насыщенного пара. Таким образом, подведение теплоты по предложенному способу будет осуществляться ко всей поверхности продукта. Кроме того, за счет удаления паром воздуха из рабочего объема ФЗЕ существенно увеличится коэффициент теплоотдачи пара к боковым поверхностям продукта.

Поскольку в зоне контакта поверхности продукта с нагревающей поверхностью, имеющей температуру $150\text{ }^{\circ}\text{C}$, будут происходить фазовые превращения "жидкость-пар", это обеспечит интенсивное подведение теплоты к поверхности продукта. Учитывая то, что продукт сжат между двумя нагревающими поверхностями, в зоне контакта фазовые превращения будут происходить при давлении выше атмосферного, а значит при температуре выше $100\text{ }^{\circ}\text{C}$. Причем на боковой поверхности продукта конденсация пара будет осуществляться при атмосферном давлении, а на поверхности продукта, который контактирует с нагревающими поверхностями, при избыточном давлении, которое будет прямо пропорционально зависеть от усилия сжатия и количества удаленной влаги. При этом часть образованного пара во время жаренья будет теряться из-за негерметичности ФЗЕ в окружающую среду.

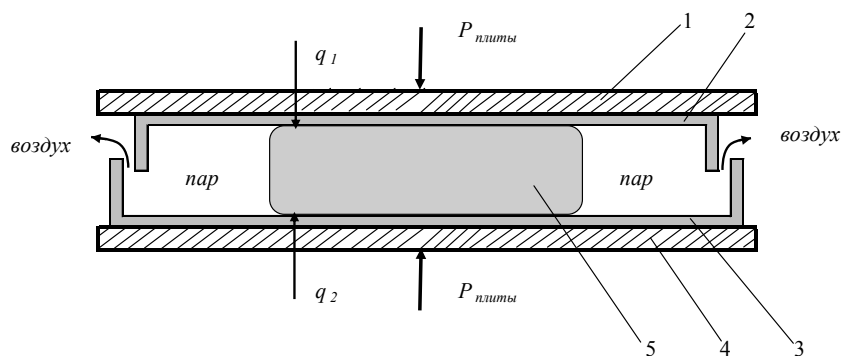


Рис.1. Теоретическая модель процесса двустороннего жаренья под давлением в ФЗЕ мяса с ВССТ: 1, 4 - верхняя и нижняя поверхность нагревания аппарата; 2, 3 - верхняя и нижняя часть ФЗЕ; 5 – продукт.

Передача теплоты от нагревающих поверхностей к продукту происходит за счет непрерывного испарения влаги и ее конденсации на его поверхностях. На горизонтальных поверхностях продукта - за счет пара, образующегося непосредственно в месте контакта с поверхностью нагревания жидкости, удаленной из продукта, а на вертикальной - пара, остающегося в рабочем объеме ФЗЕ.

При такой организации весь процесс двустороннего жаренья под давлением можно разделить на три стадии (рис. 2):

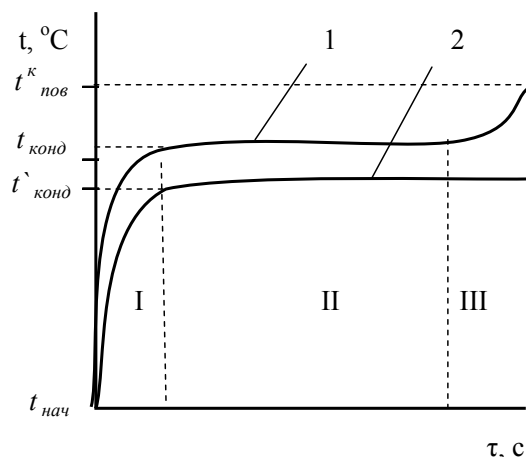


Рис. 2. Динамика температур боковых и горизонтальных поверхностей продукта в процессе двустороннего жаренья в условиях сжатия в ФЗЕ:

1 – на горизонтальных поверхностях продукта;

2 – на боковых поверхностях продукта;

$t_{пов}^к$ – температура горизонтальной поверхности продукта в конце процесса жаренья, °С;

$t_{конд}$ – температура конденсации пара на горизонтальных поверхностях продукта, °С;

$t_{конд}^'$ – температура конденсации пара на боковых поверхностях продукта, °С;

$t_{нач}$ – начальная температура поверхности продукта, °С.

1 стадия - доведение поверхности продукта до температуры испарения влаги и конденсации пара;

2 стадия - процесс испарения влаги и конденсации пара на всей поверхности продукта;

3 стадия - образование корочки на поверхности продукта в результате увеличения температуры.

Первая стадия в результате контакта с разогретыми до 150 °С поверхностями нагревания температура горизонтальных поверхностей продукта практически мгновенно достигает заданного значения и является чрезвычайно непродолжительной во времени. Наиболее длительной и наиболее значимой с энергетической точки зрения является вторая стадия, в ходе которой продукт получает наибольшую часть тепла в результате конденсации пара на горизонтальных и боковых поверхностях. Для процесса двустороннего жаренья под давлением в ФЗЕ решающее значение имеет 2-я стадия.

Важным моментом является длительность третьей стадии, поскольку увеличение ее длительности может привести к образованию обезвоженной корочки. Таким образом, в результате уменьшения длительности третьей стадии можем получить готовый продукт высокого качества, возможно диетический.

На основе проведенных теоретических исследований была выдвинута гипотеза о влиянии давления на длительность процесса двустороннего жаренья под давлением, заключающаяся в следующем: увеличение усилия сжатия на продукт приводит к нелинейному уменьшению длительности процесса жаренья. Характер изменений возможно описать зависимостью

$$\tau = \tau_0 \cdot e^{-b \left(\frac{P - P_0}{P_0} \right)},$$

где τ_0 - длительность процесса жаренья без усилия сжатия, с;
 b - коэффициент, который зависит от усилия сжатия;
 P - усилие сжатия, Па;
 P_0 - атмосферное давление, Па.

Полученная зависимость длительности процесса двустороннего жаренья мяса с ВВСТ в условиях сжатия при разных значениях усилия сжатия приведена на рис. 3.

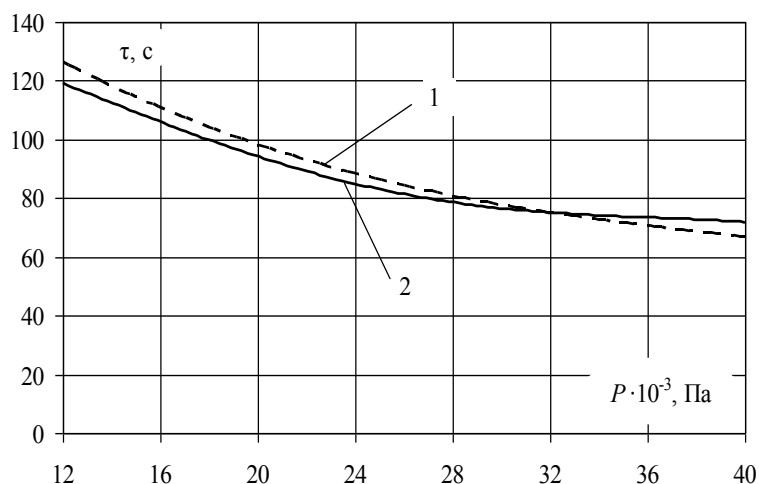


Рис. 3. Зависимость длительности процесса от усилия сжатия при двустороннем жаренья мяса из ВВСТ в ФЗС:

- 1 – зависимость по расчетным данным;
- 2 – зависимость по экспериментальным данным.

Вывод. Разработана теоретическая модель процесса жаренья мяса с высоким содержанием соединительной ткани путем размещения мясных полуфабрикатов в функционально замкнутых емкостях и сжатием их с определенным усилием между двумя поверхностями нагрева аппарата. Предложена и экспериментально подтверждена аналитическая зависимость длительности процесса двухстороннего жаренья мяса говядины с высоким содержанием соединительной ткани от усилия сжатия.

Литература:

1. Мглинец А.И. Изучение жесткости различных частей туш молодняка крупного рогатого скота в целях наиболее рационального использования при изготовлении полуфабрикатов: автореф. дисс... на соискание науч. степени канд. техн. наук: спец. 05.18.16 «Технология продуктов питания» / А.И. Мглинец. – М., 1965. – 17 с.
2. Павленкова П.П. Влияние разных способов и режимов тепловой обработки на качество обычного и ферментированного говяжьего мяса: автореф. дисс... на соискание науч. степени канд. техн. наук: спец. 05.18.16 «Технология продуктов питания» / П.П. Павленкова. – К., 1974. – 25 с.
3. Шукуров И.Х. Технология натуральных полуфабрикатов для жарки из мяса повышенной жесткости: автореф. дисс... на соискание науч. степени канд. техн. наук: спец. 05.18.16 «Технология продуктов питания» / И.Х. Шукуров. – Х., 1992. – 17 с.

CONSIDERAȚII TEORETICE ȘI PRACTICE PRIVIND SPORIREA CALITĂȚII SERVICIILOR DE ALIMENTAȚIE PUBLICĂ

*Tăzlăvan Doina, asist. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

The paper proposed activities and important elements for enhancing the quality of catering services.

Key words: *catering services, quality.*

Un serviciu bine prestat reprezintă o strategie profitabilă pentru o întreprindere de alimentație publică și oferă totodată o satisfacție cât mai mare clientului. Un serviciu de calitate, are ca scop atragerea de noi clienți. Calitatea, într-adevăr, este principalul element, care-i atrage pe clienți. În serviciile de alimentație publică, calitatea prestării este cel mai important element concurențial, care asigură o stabilitate financiară.

Calitatea serviciului prestat de către o întreprindere de alimentație publică se poate defini ca fiind rezultatul comparației dintre ceea ce consumatorul a dorit să obțină de la întreprinderea dată și ceea ce i s-a oferit în realitate sau măsura în care serviciul prestat corespunde așteptărilor clienților.

Conducătorii întreprinderilor de alimentație publică trebuie să cunoască acei factori care pot remarca calitatea serviciului de către clienți în timpul procurării.

În primul rând, comunicarea verbală are un rol decisiv în formarea primei impresii privind serviciile prestate de către întreprindere. Clienții sunt, de regulă, mai receptivi la opiniile rudelor, prietenilor decât la publicitatea făcută în mass-media. Un client nemulțumit transmite părerea sa și altor consumatori, deteriorând și minimalizând imaginea întreprinderii.

În al doilea rând, caracteristicile personale ale clienților pot influența direct așteptările acestora. Un serviciu prestat poate fi considerat acceptabil de către un client sau inacceptabil de către altul, în dependență de pregătirea profesională, educație, stil de viață, obiceiuri etc.

În al treilea rând, difuzarea calitativă a informației despre întreprindere joacă un rol important în modelarea dorințelor clienților. Informațiile lansate în exterior includ o serie de mesaje directe și indirecte, transmise de întreprindere – clienților. În același timp, o componentă a informațiilor poate fi considerat și prețul, dar nu trebuie de uitat că de la un serviciu la un preț ridicat se așteaptă mai mult decât de la unul cu un preț mai scăzut.

Studiile efectuate în domeniu ne permit să propunem câteva criterii, care determină calitatea serviciilor:

- profesionalismul și calificarea înaltă a angajaților întreprinderii;
- atitudinea și comportamentul personalului, interesul sporit, pe care îl manifestă angajații întreprinderii în rezolvarea problemelor clienților;
- accesibilitatea sediului întreprinderii și flexibilitatea programului de lucru;
- siguranța și încrederea că serviciul va fi prestat conform promisiunii făcute de către conducerea întreprinderii;
- reputația și credibilitatea întreprinderii, convingerea clientului că întreprinderea de alimentație publică prestează servicii de calitate.

Pornind de la aceste criterii, putem considera că prin calitate se înțelege o imagine a serviciului prestat, succedat doar de caracteristici calitative. În prestarea serviciilor de alimentație publică, un lucru este cert - clientul evaluează calitatea.

Caracteristicile serviciilor de alimentație publică sunt generate de particularitățile lor: intangibilitatea, perisabilitatea, variabilitatea, simultaneitatea prestării. Apar și astfel de caracteristici cum ar fi: competența, credibilitatea, calitatea comunicării, responsabilitatea.

Caracteristicile necesită a fi analizate din punct de vedere cantitativ și atributiv, cum ar fi: caracteristicile deservirii într-o unitate de alimentație publică:

- o unitate de alimentație publică neapărat va include: accesul, orientarea, aspectul estetic, temperatura, iluminarea, ventilația, curățenia, vesela, mobilierul, diversitatea meniului, durata comenzii făcute etc.;
- un prestator va ține cont de: aspectul exterior, vestimentația, amabilitatea, onestitatea, promptitudinea, atenția etc.

Mediul în care activează întreprinderile de alimentație publică impune efectuarea cercetărilor de marketing. Chiar dacă o întreprindere este de proporții mici și nu dispune de resurse pentru a realiza o cercetare de marketing, există totuși posibilități de chestionare a opiniilor consumatorilor, în baza cărora se pot efectua măsuri de îmbunătățire a calității, în funcție de informațiile recepționate și examinarea acestora. Dintre metodele de cercetare a nevoilor consumatorilor se poate utiliza panelul de consumatori, care poate fi o sursă continuă de informații, referitoare la schimbările ce apar în dorințele consumatorilor.

Elementele definiției pentru calitatea serviciilor care au fost luate ca bază în cercetarea efectuată sunt:

1. Responsabilitatea manifestată de către prestatori, care reacționează prompt în vederea satisfacerii dorințelor consumatorilor.

2. Încrederea prevede onorarea promisiunilor și prestarea serviciilor în cele mai bune condiții și, totodată, asigurarea încrederii că în urma consumului de alimente în cadrul întreprinderii nu vor apărea intoxicații.

3. Cunoașterea nevoilor specifice ale clienților prevede individualizarea comenzii și înțelegerea nevoilor consumatorilor (de ex. prepararea salatei fără maioneză, carne ș.a.).

4. Amabilitatea în comportamentul zi de zi survenită din partea prestatorilor, competență, respect, atenție față de clienți.

5. Tangibilitatea se referă la dotarea tehnico-materială a întreprinderii, care trebuie să fie cât mai atractivă (săli de servit masa - confortabile, personal - îngrijit etc.).

O măsură necesară pentru sporirea calității preparării bucatelor poate servi amplasarea rațională a utilajului în bucătărie, perfectarea sistemului de ventilare, asigurarea cu apă de calitate, toaletă comodă, posibilitate de parcare, izolarea zgomotului, evacuarea la timp a gunoierului, amenajarea unei curți cu iluminare și alte atribute tehnice, care vor exclude cheltuielile inutile.

În realizarea strategiei de diferențiere a produsului un loc important îl ocupă serviciile suplimentare, care pot fi prezentate într-un spectru destul de larg. În procesul chestionării consumatorilor au fost obținute date necesare pentru întreprindere. Un loc aparte îl ocupă comercializarea producției proprii, inclusiv produsele de panificație și băcănie, afumăturile, dejunurile, meniurile complexe pentru diferite grupe de clienți.

La întreprinderile alimentației publice e rațional de folosit merchandiser-ul prin ornarea bucatelor oferite și a băuturilor, completarea vitrinelor cu deserturi și fructe; organizarea

expozițiilor prin prezentarea bucatelor unui grup de vizitatori, propunerea bucatelor în diverse grupe de prețuri. Se poate utiliza metoda de deservire populară la moment, când procesul de preparare a bucatelor se efectuează în prezența clienților. O largă răspândire pentru Moldova capătă catering-ul care este legat de deservirea mobilă. Întreprinderea care prestează servicii de catering poate propune prepararea bucatelor după un meniu care din timp a fost discutat și să asigure clientul cu toate necesare pentru servire. În realizarea deciziei de poziționare și re-poziționare a produsului este important ca măsurile să fie rezonabile deoarece ele formează deprinderea consumatorului la întreprinderile alimentației publice. De obicei, rezultatele în formă de majorare a segmentului dat se așteaptă pe parcursul anului de la demararea strategiei. Toate activitățile propuse vizează urgentarea unei decizii corecte privind schimbarea atitudinii față de produs și atributele lui. Aceste măsuri permit formarea în conștiința consumatorului a unei părți unice a produsului cercetat, care și va fi poziția lui. Cel mai important în poziționare este propunerea unică în vânzare și ea trebuie să fie mai atrăgătoare decât propunerile concurenților. Prin urmare, poziționarea producției alimentației publice trebuie să fie calitativă și accesibilă după preț cu orientare spre cele mai largi pături ale populației. Dar pentru ca poziția să se creeze clar în conștiința consumatorului este necesar de un șir de măsuri eficiente de comunicare, cum ar fi brandul cu atributele sale, numele, semnul comercial, logotipul întreprinderii etc. Aceste atribute trebuie să se găsească într-o anumită succesiune. E rațional de utilizat politica de comunicare orientată spre promovarea producției întreprinderilor alimentației publice.

Decizia cu privire la schimbarea atitudinii față de atributele produsului trebuie să fie luată sub influența tuturor activităților descrise mai sus. Totodată acest proces poate fi intensificat prin luarea unor măsuri speciale. De exemplu, desfășurarea concursurilor profesionale în formă de sărbători pe teritoriul întreprinderii de alimentație publică permite nu numai stimularea angajaților, dar și atragerea consumatorilor noi. Puterea emoțională de influențare a acestei promoții va fi foarte înaltă și clienții o vor memora pentru o durată lungă. Diverse promoții lucrează pentru lărgirea sferei de influență a întreprinderii și sporirea imaginii.

În plus, efectuarea degustației mărește volumul vânzărilor pe parcurs de o săptămână după desfășurarea ei. Pentru implicarea consumatorului în procesul cumpărării repetate se pot folosi diferite scheme de deservire pe parcursul săptămânii. Rațional este de a propune consumatorului o gamă largă de servicii, decât el așteaptă. În acest caz el primește un impuls emoțional, care îl leagă de produs și întreprinderea concretă. Perfecționarea nivelului de atragere a consumatorilor prin respectarea condițiilor obligatorii de menținere a calității producției și caracteristicilor nemateriale se asigură prin mijloace de comunicare de marketing și în primul rând prin publicitate.

Activitatea de succes a întreprinderii de alimentație publică din Republica Moldova în mare măsură este determinată de prezența activităților eficiente de publicitate. Propunem un set de activități publicitare pentru Complexul de alimentație publică „Șarm” situat în sectorul Botanica din or. Chișinău (Tabelul 1).

Deciziile tactice luate pentru realizarea strategiilor de diferențiere a produsului și a strategiei competitive trebuie să fie realizată pe parcursul unui an fără a lua în considerare activitățile de pregătire pentru implementarea lor. Caracterul acestor strategii poate fi determinat ca atacator, deoarece ele sunt direcționate pentru menținerea cotei existente pe piață și lărgirea ei din contul atragerii noilor consumatori.

Tabelul 1

Activitățile publicitare pentru Complexul de alimentație publică „Șarm”

Evenimente importante	Tipul publicității	Termenul de apariție a publicității	Purtătorii adresării publicității	Periodicitatea publicității
1	2	3	4	5
Revelionul și Crăciunul	Publicitate informațională exortativă, cu vânzări	Decembrie, ianuarie	Panouri publicitare, ziare, reviste, radio, televiziune, publicitate mobilă	Noiembrie – 4 ori Decembrie – 6 ori Ianuarie – 6 ori
Sfântul Vasile (anul nou pe stil vechi)	Publicitate exortativă, cu vânzări	Ianuarie	Panouri publicitare, ziare, reviste, radio, televiziune, publicitate mobilă	Ianuarie – 6 ori
Dragobetele (ziua îndrăgostiților)	Publicitate exortativă, cu vânzări	Ianuarie – februarie	Publicitate radio, expediere prin poștă a materialelor publicitare	Februarie – 4 ori
Ziua internațională a femeii, 8 martie	Publicitate informațională exortativă, cu vânzări	De la 1 - 8 martie	Publicitate radio, expediere prin poștă a materialelor publicitare	Martie – 6 ori
Ziua biruinței, 9 mai	Publicitate informațională, stimulative, cu vânzări	De la 1 – 9 mai	Publicitate radio, televiziune, expediere prin poștă a materialelor publicitare, panou publicitar	În fiecare zi
Paștele (Învierea Domnului)	Publicitate informațională, stimulative, cu vânzări	În perioada lunii înainte de Paști	Publicitate radio, televiziune, expediere prin poștă a materialelor publicitare, panou publicitar	În fiecare zi
Ziua ocrotirii copiilor, 1 iunie	Publicitate informațională, de imagine, cu vânzări	De la 20 – 30 mai	Ediții specializate pentru copii, expedierea prin poștă a broșurilor în școli, case de copii	4 ori
Ziua Independenței Republicii Moldova, 27 august	Publicitate informațională, stimulative, cu vânzări	August	Panouri publicitare, ziare, reviste, radio, televiziune, publicitate mobilă	8 ori
Sărbătoarea Națională Limba Noastră, 31 august	Publicitate informațională exortativă, stimulative, de susținere, de imagine, cu vânzări	August	Panouri publicitare, ziare, reviste, radio, televiziune, publicitate mobilă	8 ori

Tipul de marketing este unul de dezvoltare orientat spre dezvoltarea de produse și servicii, în stare să satisfacă cererea consumatorilor, care s-a schimbat radical în ultimii ani. Cerințele sporite apărute față de calitatea producției solicită cea mai mare atenție față de deciziile luate atât

față de produs, cât și de concurenți. Pentru unificarea acestui proces vom prezenta măsurile concrete pe elemente separate din strategia diferențierii produsului (Tabelul 2).

Tabelul 2

Măsuri concrete pentru sporirea calității serviciilor în cadrul complexului de alimentație publică „Șarm” pe elementele marketingului-mix

Elementele strategice	Măsurile
1	2
Produsul	Formarea la produs a caracteristicilor unice din contul: <ul style="list-style-type: none"> • Stabilizării sortimentului de preparate și serviciilor suplimentare; • Lărgirii sortimentului de alimente preparate rapid; • Elaborării noilor idei despre produs și servicii suplimentare împreună cu inginerul tehnolog și alți specialiști.
Prețul	Micșorarea erorilor de producere din contul: <ul style="list-style-type: none"> • Creșterii producerii și semifabricatelor; • Stabilizării prețului maximal care va asigura un profit; • Vânzării active a volumelor mari de produse cu prețuri accesibile; • Reducerii prețurilor pentru produs în corespundere cu solvabilitatea populației; • Perfecționarea sistemului de formare a prețurilor.
Plasament (distribuția)	<ul style="list-style-type: none"> • Crearea magazinului-culinărie pentru producție de preparare proprie; • Înzestrarea întreprinderii cu utilaj modern și reînnoirea interiorului ; • Organizarea sălii mici de banchet cu deservire înaltă; • Specializare cu deservire rapidă; • Optimizarea rutei de livrare a producției pentru clienți; • Amenajarea terasei de vară și înzestrarea cu mobilier modern.
Promovarea	Utilizarea semnelor comerciale și brandurilor în politici de promovare: <ul style="list-style-type: none"> • Lucrul activ cu clienții; • Accentul asupra produsului natural; • Promovarea stilului unic al Complexului; • Merchandiser; • Realizarea măsurilor de promovare a produselor.

Toate elementele propuse sunt necesare și obligatorii. Schimbările constructive în activitatea de marketing începute mai devreme decât concurenții vor servi ca un factor important de sporire a competitivității întreprinderii de alimentație publică „Șarm” pe piață.

Determinarea deciziilor tactice în activitatea complexului de alimentație publică „Șarm” a fost realizată în baza alegerii pozițiilor cheie ale strategiilor de diferențiere a produselor și concurenței.

În conformitate direcțiile strategice de bază, au fost propusă diverse măsuri concrete, care permit cuplarea lor într-un set în dependență de posibilitățile financiare ale întreprinderii.

Obținerea unei calități înalte ar trebui să fie obiectivul oricărei întreprinderi de alimentație publică, care dorește să activeze cu succes. Aceasta ar convinge clienții să construiască relații

bilaterale pe termen lung cu întreprinderea și să-i creeze acesteia o imagine favorabilă prin impresiile pe care acestea le transmit și altor actori.

Deoarece întreprinderile prestatoare de servicii din domeniul alimentației publice influențează nivelul așteptărilor prin promisiunile pe care le fac, un punct important în atingerea echilibrului dintre oferta întreprinderii și așteptările clienților este respectarea promisiunilor.

Bibliografie:

1. CĂTOIU, IA. *Cercetări de marketing*. București: Ed. Uranus, 2002.
2. CETINĂ, I. *Marketingul serviciilor: teorie și aplicații*. București: Ed. Uranus, 2006. p.
3. *Marketing*. Coord. V. BALAURE. București: Ed. Uranus, 2003.
4. *Marketing*. Coord. C. FLORESCU. București: Ed. Uranus, 1992.
5. *Маркетинг*. Под. общ. ред. Н.М. КОНДРАТЕНКО. Москва: Издательство Юрайт, 2011.
6. ПОРТЕР, М.Э. *Конкуренция*. Пер. с англ. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2000.
7. САЛИЙ, В.В. *Услуги общественного питания*. Новосибирск, Сиб. УПК, 1999.

PERSPECTIVELE ASIGURĂRII SECURITĂȚII ALIMENTARE A REPUBLICII MOLDOVA

*Condrea Elena, drd.,
Universitatea Agrară de Stat din Moldova*

The food security is measured by the number of days during which security can be provided from existing reserves of state [3, p. 69].

The forecasted quantity of wheat for the years 2014 and 2015 is higher than in 2011 year respectively by 149,29 and 198,76 thousand tons in absolute size or by 18,78 and 25,00 p.p. in relative size and the quantity of forecasted sugar beet is lower than in 2011 year respectively by 265,66 and 365,21 thousand tons in absolute size or by 45,1 and 62,01 p.p. in relative size. A decreasing trend is observed at the potato production, the projected amount for the years 2014 and 2015 is by 23,7 and 9,81 thousand tons less in absolute value or by 9,55 and 6,75 p.p. in relative size.

The forecasted cow milk production for the years 2014 and 2015 is lower than the amount produced in 2011 respectively by 59,81 and 79,11 thousand tons in absolute size or by 10,68 and 14,13 p.p. relative size, and the forecasted quantity of pork exceeds the level from 2011 year respectively by 14,75 and 7,9 tones in absolute size or by 23,05 and 35,39 p.p. in relative size.

Key words: *food security, forecasted quantity, physical access to food, economic access to food, trend, food security strategy.*

INTRODUCERE

Securitatea alimentară națională reprezintă starea economiei în care, indiferent de conjunctura piețelor mondiale, i se garantează populației o asigurare stabilă cu alimente în cantitatea care corespunde parametrilor științific argumentați, precum și se creează condiții de susținere a consumului la nivelul normelor medicale [5, p. 77].

În opinia altor autori securitatea alimentară reprezintă accesul permanent la o cantitate suficientă de alimente în vederea menținerii unei vieți active și sănătoase a populației.

Scopul actualei lucrări constă în analiza perspectivelor de asigurare a securității alimentare a Republicii Moldova.

Securitatea alimentară se determină la diferite niveluri: mondial, regional, național, local și gospodării auxiliare. Securitatea alimentară se măsoară prin numărul de zile în decursul cărora securitatea poate fi asigurată din contul rezervelor existente ale statului [3, p. 69].

Securitatea alimentară este influențată de 4 grupe de factori:

- mediul social-economic și politic;
- performanțele sectorului agroalimentar;
- protecția socială;
- sănătatea și igiena.

Primul obiectiv al actualei reforme a Politicii Agricole Comune este asigurarea unei producții alimentare stabile, prin garantarea veniturilor fermelor și limitarea variațiilor sezoniere și anuale ale acestora, pornind de la recunoașterea faptului că volatilitatea prețurilor și riscurile naturale sunt mult mai accentuate în agricultură, comparativ cu alte sectoare economice, iar profitabilitatea sectorului agricol este mai scăzută decât în celelalte sectoare economice [2, p. 183].

Principalele organisme mondiale implicate în monitorizarea securității sunt: FAO, CE, USDA.

În ultimii ani se precizează că există probleme de insecuritate alimentară în 86 de țări, 43 din Africa, 24 din Asia, 9 din America Latină și Caraibe, 7 din Oceania, 3 din Europa.

În anul 2004 35 de țări au primit ajutoare de urgență din cauza crizelor alimentare.

Aprovizionarea cu alimente reprezintă una din condițiile de păstrare a stabilității economice, sociale și a suveranității statului [4, p. 13].

Statul dispune de mai multe posibilități de formare a sistemului de securitate alimentară. El se formează din subsisteme interconexionate după principii unice și este capabil să asigure satisfacerea suficientă și calitativă a necesităților în urma formării resurselor pe baza producției proprii sau importului.

Principalele direcții de asigurare a securității alimentare mondiale prin intermediul sistemelor naționale de reglementare a producției agricole pot fi elucidate prin două situații:

- utilizarea maximă a resurselor și potențialului agro-economic național ceea ce va contribui la sporirea resurselor alimentare mondiale;
- perfecționarea politicii alimentare și comerciale cu scopul atingerii securității alimentare.

Sistemul alimentar de securitate alimentară îndeplinește următoarele funcții:

- a) descoperirea și prognozarea pericolelor interne și externe ale securității, prevenirea și neutralizarea lor;
- b) crearea și susținerea mijloacelor de asigurare a securității, precum și gestiunea acestora în cazul apariției pericolelor;
- c) participarea la diverse evenimente pentru asigurarea securității alimentare în corespundere cu contractele și acordurile internaționale.

MATERIAL ȘI METODĂ

Analiza cantitativă se realizează conform datelor selectate și prelucrate de autor în baza anuarelor statistice ale Republicii Moldova. Studiul informației empirice, analiza legăturilor ne-a furnizat semnificații și explicații pertinente în raport cu perspectivele de asigurare a securității alimentare a țării.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Principala cale de asigurare a securității alimentare a țării este asigurarea de sine stătător a produselor agrare și alimentare, aplicând strategia de protecție a complexului agroindustrial, adică susținerea de către stat a ramurilor acestui complex. Elementele de bază ale acestei strategii și concepții de securitate alimentară sunt:

- asigurarea nivelului convenit de dezvoltare a ramurilor ce conduc la funcționarea țării atât în condiții ordinare, cât și în condiții extremale;
- ținerea sub controlul statului a resurselor strategice;
- excluderea dependenței economiei țării de importul principalelor tipuri de producție;
- menținerea nivelului de trai al populației mai sus de "pragul sărăciei";
- stabilitatea sistemului financiar și bancar, a valutei naționale, o dezvoltare suficientă a pieței financiare și a pieței hârtiilor de valoare, reducerea datoriilor interne și externe și dirijarea efectivă a acestora, crearea condițiilor pentru activitatea investițională;
- menținerea spațiului economic unic și a relațiilor internaționale și interregionale, care asigură satisfacerea intereselor naționale;
- determinarea și asigurarea reglementării necesare din partea statului a proceselor economice ce garantează funcționarea normală a economiei de piață.

Direcțiile de acțiune pentru reglementarea raportului populație – necesități de consum – disponibilități alimentare sunt următoarele:

Îmbunătățirea cunoștințelor în domeniul nutrițional:

- educația în domeniul nutrițional în școli, centre de pregătire a personalului;
- distribuirea de materiale informative referitoare la alimentație și mediatizarea informațiilor cu caracter nutrițional;
- demonstrații privind modul de preparare al alimentelor;
- folosirea metodelor de marketing pentru încurajarea alimentației organice;

Creșterea producției de alimente:

- promovarea unei creșteri economice globale care să asigure surse suficiente de energie;
- creșterea producției de leguminoase ca sursă importantă de proteine;
- dezvoltarea producției de alimente de origine animală;
- sporirea producției de legume și fructe.

Îmbunătățirea sistemelor de distribuție a alimentelor:

- îmbunătățirea sistemului de comunicații și a infrastructurii pentru facilitarea redistribuirii stocurilor;
- instituirea meselor de prânz în școli, întreprinderi, instituții de învățământ;
- plata săptămânală a salariilor și încurajarea administrării judicioase a acestora.

Îmbunătățirea sistemului de depozitare a alimentelor:

- crearea de noi spații de depozitare;
- asigurarea și menținerea condițiilor optime de depozitare.

Îmbunătățirea siguranței alimentelor:

- metode mai bune de conservare a alimentelor;
- iodizarea sării de bucătărie;
- îmbogățirea cerealelor cu vitamine și săruri minerale;
- fluorizarea apei pentru reducerea apariției cariilor dentare;
- îmbunătățirea siguranței alimentelor care se consumă pe stradă, prin educarea și informarea vânzătorilor și consumatorilor și respectarea cerințelor minimale de igienă impuse.

În figura următoare se prezintă Concepția „10 A” care sintetizează caracteristicile specifice ale securității alimentare.

Strategia securității alimentare naționale a Republicii Moldova este orientată la creșterea volumului de producere a producției agricole, optimizarea parametrilor cantitativi și calitativi ai resurselor, perfecționarea structurii consumului de alimente și echilibrarea raționului alimentar. O atenție deosebită se acordă dezvoltării producției orientată spre export, ținându-se cont de utilizarea avantajelor diviziunii internaționale a muncii și conjuncturii favorabile a pieții. Asigurarea securității alimentare presupune soluționarea anumitor sarcini, cele mai importante fiind:

- a) crearea condițiilor economice stabile și executarea unei politici agrare eficiente care să creeze posibilități egale pentru toți subiecții economici;
- b) desfășurarea unei politici sociale orientate spre lichidarea sărăciei și inegalității privind accesul la alimente, dar și spre o politică rațională în domeniul ocupării populației;
- c) asigurarea unor furnizări adecvate de alimente pentru satisfacerea necesităților populației; atingerea unui nivel de dezvoltare durabilă și intensivă a producerii de mărfuri alimentare, sporirea productivității, eficienței și siguranței alimentelor;
- d) elaborarea și introducerea unor strategii complexe de dezvoltare a ramurilor complexului agroindustrial cu scopul de a spori posibilitățile de producere a alimentelor; susținerea utilizării tehnologiilor avansate în producere, prelucrare și păstrare a materiei prime și alimentelor;
- e) desfășurarea unei politici economice externe active; utilizarea avantajelor diviziunii internaționale a muncii; optimizarea activității de import-export;
- f) perfecționarea mecanismului de reacționare în situațiile excepționale pe piața alimentară.

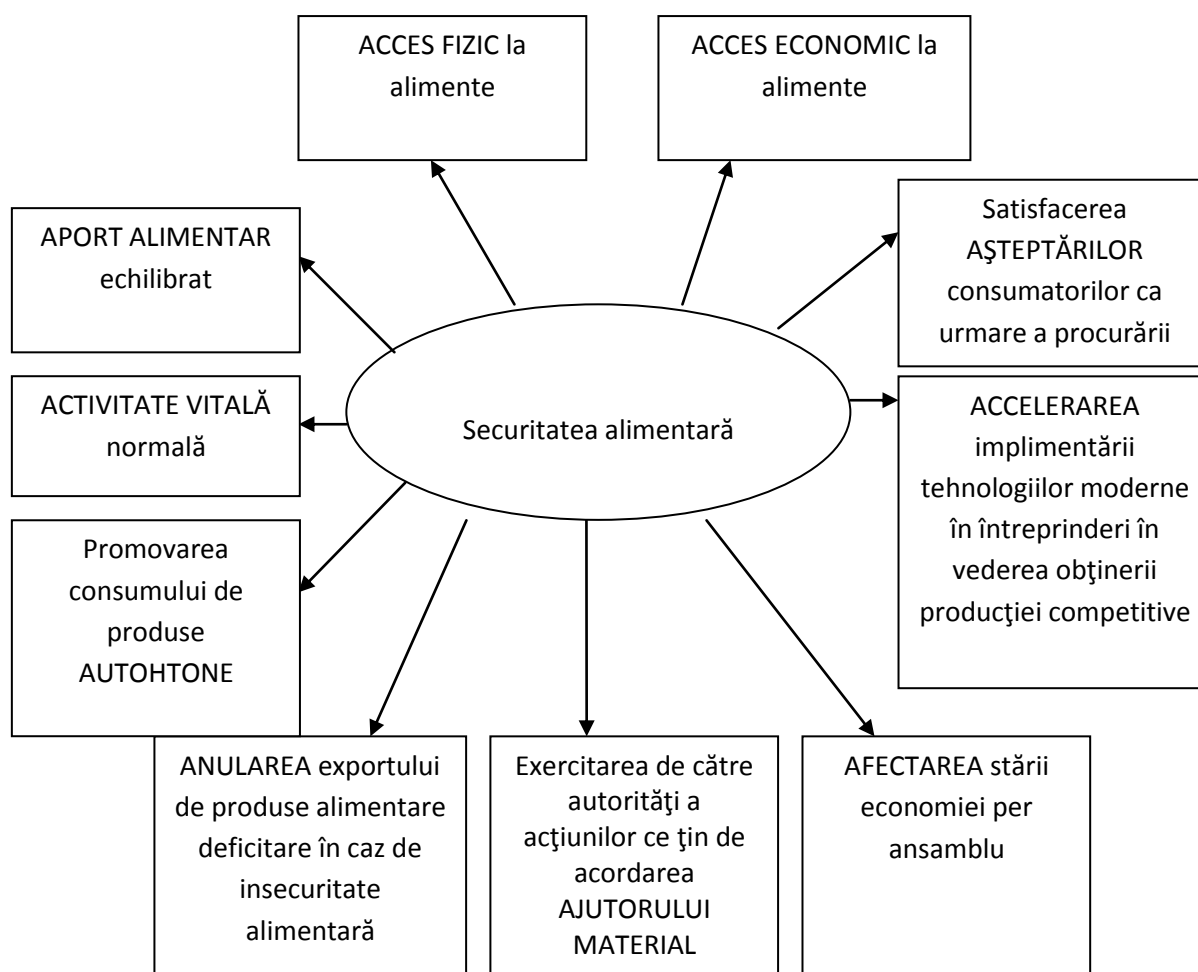


Figura 1. Concepția „10 A”

Sursa: elaborat de autor

Multifuncționalitatea sferei agrare determină dezvoltarea bazată pe principii și legități, cele mai importante fiind următoarele:

- bunăstarea populației implicate în agricultură este influențată direct de rezultatele obținute în această sferă;
- producerea producției agricole este strâns legată de mediul înconjurător, interacționează cu acesta, depinde de starea acestuia, determină gradul de ocupație al populației, nivelul de dezvoltare a teritoriului, păstrarea tradițiilor socio-culturale și a mediului rural de viață;
- fiind o ramură specifică, caracterizată printr-o dispersare a obiectelor de gospodărire, sezonalitate a producerii, utilizare a factorilor estetici și biologici, aceasta este supusă unui grad ridicat de riscuri, asigură stabilitatea funcționării diferitor sfere materiale și nemateriale;
- stabilitatea dezvoltării agriculturii și eficiența acesteia reprezintă o condiție indispensabilă de funcționare a pieței alimentare interne, care garantează formarea resurselor alimentare necesare pentru independența alimentară a statului;
- importanța socială a producției condiționează interdependența agriculturii cu comerțul internațional, provocând activizarea fluxurilor de mărfuri pe piața alimentară mondială, înăsprirea luptei concurențiale, sporind dezechilibrul dintre regulile și normele adoptate în țările exportatoare și importatoare de producție;
- agricultura joacă un rol important în menținerea activității vitale a regiunii, o parte însemnată a populației fiind direct sau indirect ocupată în această ramură. Asigurarea activității vitale a

regiunilor rurale, a unui nivel destoinic de viață reprezintă o sarcină națională, ceea ce presupune necesitatea de susținere a agriculturii.

Conform prevederilor FAO necesarul zilnic de alimente din punct de vedere cantitativ, calitativ și sortimental constituie circa 2700 kcal / locuitor / zi și minimum 55 g proteine, din care jumătate de origine animală.

Într-o lume în care bolile generate de alimentație au atins cote alarmante, determinând maladii cardiovasculare și proliferative, toxiinfecții și alergii alimentare, obezitate și diabet, comunitatea internațională prin intermediul organismelor sale de specialitate FAO și OMS și-a stabilit o serie de obiective în scopul asigurării securității alimentare și nutriționale. Între acestea mai importante sunt:

- aprofundarea studiilor privind valoarea nutritivă și biologică a alimentelor;
- îmbunătățirea criteriilor și metodelor de evaluare a calității alimentelor;
- prevenirea bolilor legate de o alimentație necorespunzătoare și evaluarea riscurilor pentru prevenirea îmbolnăvirilor generate de alimentație.

Este necesar ca în R. Moldova să se elaboreze un program de educație alimentară atât pentru elevi aflați la vârsta adolescenței, cât și pentru maturi, deoarece fără un control conștient al alimentației există pericolul apariției unui dezechilibru nutrițional ce se găsește la originea multora din maladiile civilizației industriale, cu efecte economice negative semnificative datorită incidenței crescute în grupele de vârstă aflate în perioada activă, excluderea alimentelor de tip fast-food.

Asigurarea securității alimentare a statelor dezvoltate a generat diferite modalități de susținere financiară a agriculturii, de protecție a producătorilor, dar și a consumatorilor de produse alimentare.

Prognozele învățaților străini, elaborate pe baza cercetării dependențelor caracteristice condițiilor de piață dau o idee despre direcțiile strategice de formare a piețelor mondiale. Prețurile la mărfuri tot mai mult depind de furnizările de resurse energetice și prețurile acestora. Situațiile de forță majoră din agricultură (calamități naturale, anomalii naturale, epidemii și epizootii), repetabilitatea sporită a acestora provoacă creșterea prețurilor la principalele tipuri de producție agricolă și determină gradul și stabilitatea creșterii lor. Potențialul exportului mondial de grâu în volum de 200 mln tone pe an este format de câteva țări (SUA-50 %, Canada-12-15 %, Australia-5-6 %, Argentina, Franța, Marea Britanie și Italia-restul). Se așteaptă un import esențial de grâu și zahăr și puțin mai redus de carne. O dependență maximă față de importul de grâu (până la 70 % din necesar) în ultimii ani a înregistrat Japonia, Coreea de Sud, Taivan și Cuba.

Pentru determinarea prognozei producției agricole pentru anii 2014 și 2015 vom utiliza programul EXCEL.

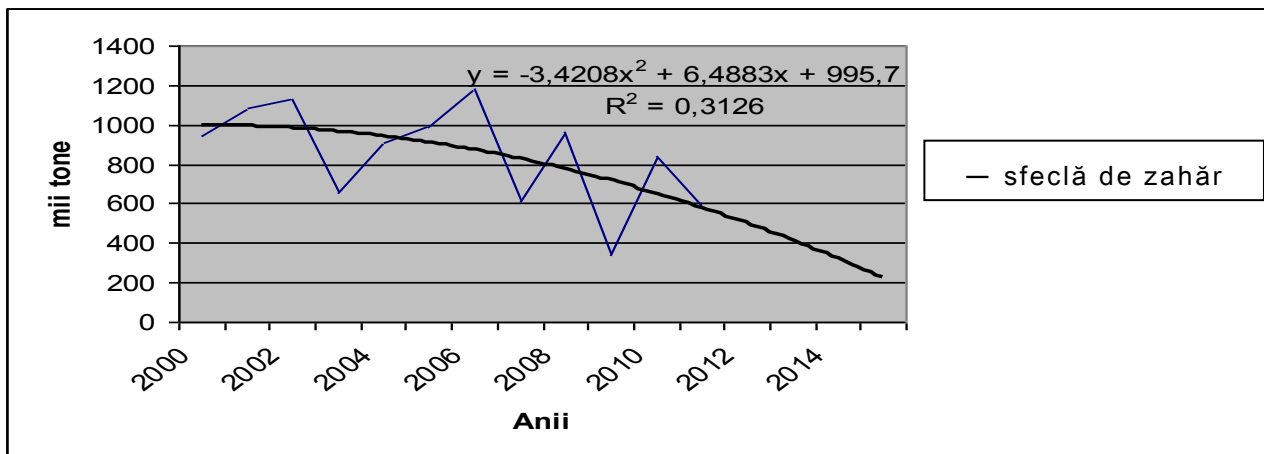


Figura 2. Trendul producției de sfeclă de zahăr

Sursa: elaborat de autor

Pe baza datelor producției de grâu de toamnă și primăvară obținute în perioada 2000-2011 [1] s-a obținut următoarea funcție polinomială:

$$Y=3,0779*x^2 - 45,943*x + 940,91$$

În figura 2 se prezintă trendul producției de sfeclă de zahăr.

Funcția trendului producției de floarea-soarelui determinată pentru perioada 2000-2011 este următoarea:

$$Y=0,6816*x^2 - 1,6401*x + 298,66$$

Trendul producției de cartof este prezentat în figura 3.

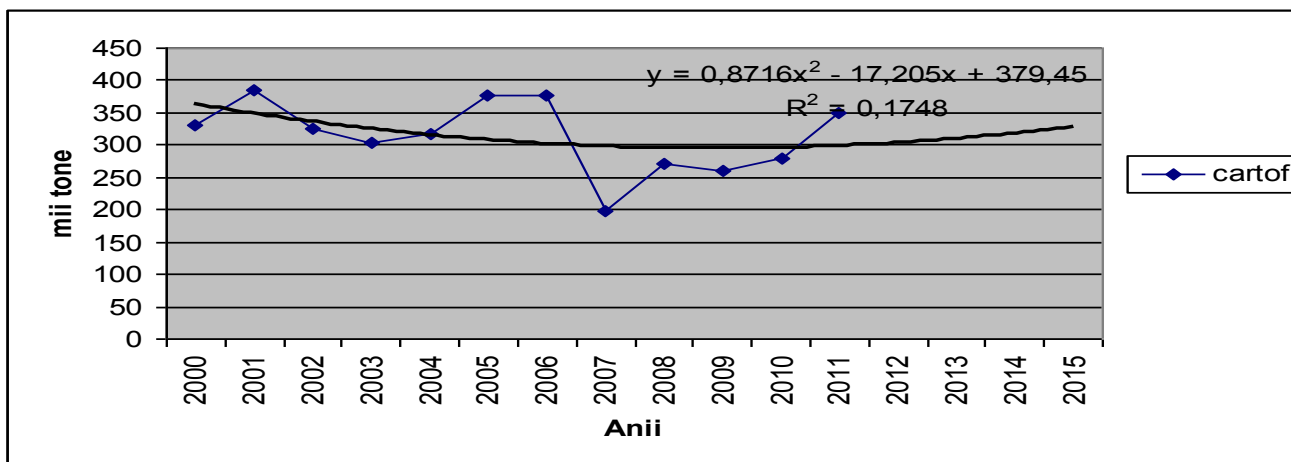


Figura 3. Trendul producției de cartof

Sursa:elaborat de autor

Pentru producția de legume s-a obținut următoarea funcție polinomială:

$$Y=0,504*x^2 - 12,587*x + 417,68$$

Pe baza datelor producției de fructe, pomușoare și nuci obținute în perioada 2000-2011 [1] s-a obținut următoarea funcție polinomială: $Y= - 3,1299*x^2 + 40,143*x + 265,77$

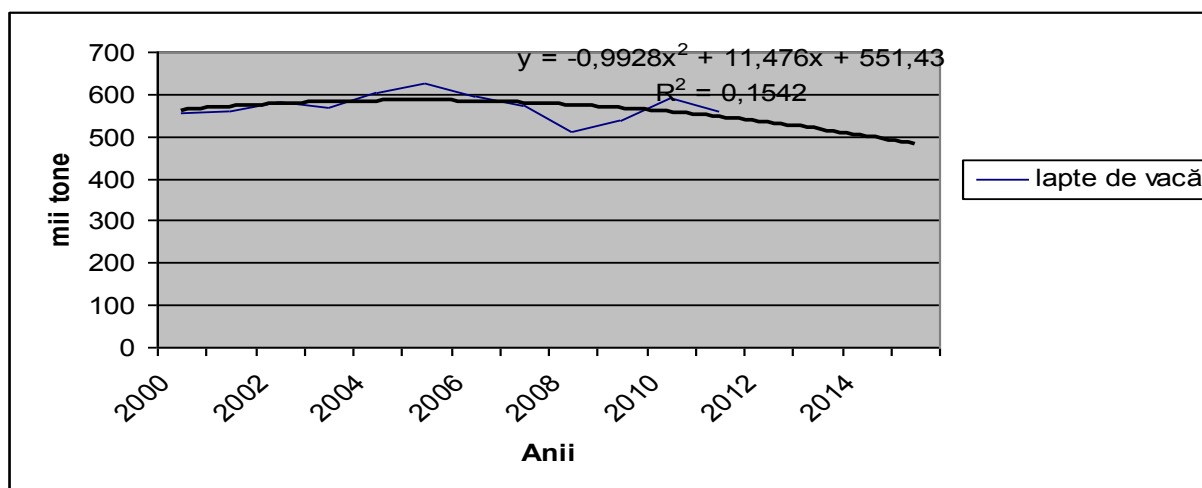


Figura 4. Trendul producției de lapte de vacă

Sursa: elaborat de autor

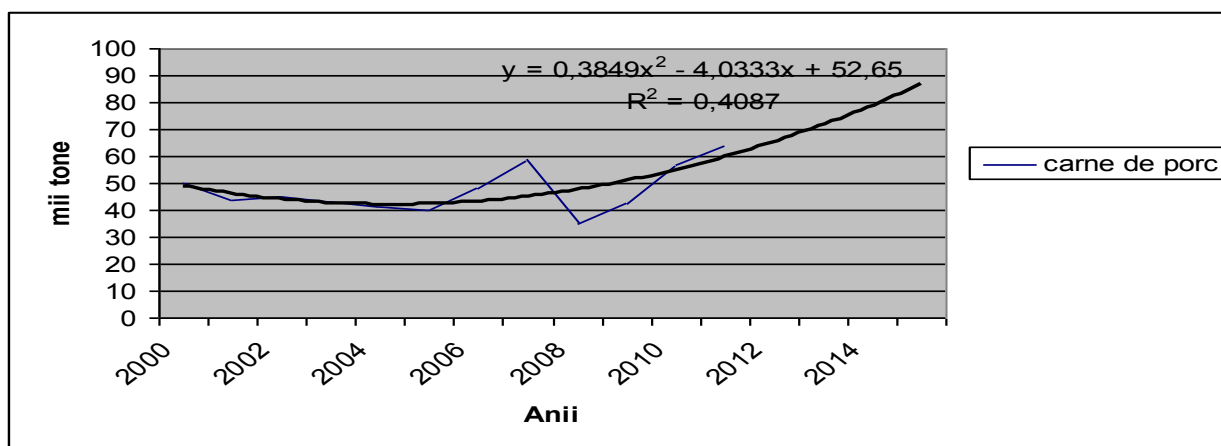


Figura 5. Trendul producției de carne de porc (polinom)

Sursa: elaborat de autor

Proгноza producției agricole este prezentată în tabelul următor.

Tabelul 1. Proгноza producției agricole, mii tone

Specificație	Anii										
	2000	2003	2004	2005	2007	2008	2009	2010	2011	Proгноza	
										2014	2015
Grâu de toamnă	728	102	861	1057	406	1286	737	744	795	944,29	993,76
Sfeclă de zahăr	944	657	911	991	612	961	337	838	589	323,34	223,79
Floarea-soarelui	269	390	335	331	156	372	284	382	427	427,42	446,91
Cartof	330	303	318	378	199	271	261	280	351	317,49	327,30
Legume	364	361	315	389	222	376	308	341	362	342,28	345,31
Fructe, pomușoare și nuci	225	617	430	386	277	370	308	322	378	163,69	106,80
Lapte de vacă	555	570	604	627	571	511	539	591	560	500,19	480,89
Carne de porc	50	43	41	40	59	35	42	57	64	78,75	86,65

Sursa: elaborat de autor

Analizând datele tabelului de mai sus, putem afirma faptul că cantitatea de grâu prognozată pentru anii 2014 și 2015 este mai mare față de cea din anul 2011, respectiv, cu 149,29 și 198,76 mii tone în mărime absolută sau cu 18,78 și 25,00 p.p. în mărime relativă.

Cantitatea prognozată de sfeclă de zahăr este mai mică față de cea din anul 2011, respectiv, cu 265,66 și 365,21 mii tone în mărime absolută sau cu 45,1 și 62,01 p.p. în mărime relativă.

O tendință de diminuare se observă și la producția de cartof, cantitatea prognozată pentru anii 2014 și 2015 fiind cu 23,7 și 9,81 mii tone mai mică în mărime absolută sau cu 9,55 și 6,75 p.p. în mărime relativă. De asemenea, este mai mică cantitatea prognozată de legume pentru anii 2014 și 2015 comparativ cu cea din anul 2011 respectiv cu 19,72 și 16,69 mii tone în mărime absolută sau cu 5,45 și 4,61 p.p. în mărime relativă.

Cantitatea prognozată de fructe, pomușoare și nuci pentru această perioadă este mai mică față de cea din anul 2011, respectiv, cu 214,31 și 271,2 mii tone în mărime absolută sau cu 56,7 și 71,75 p.p. în mărime relativă.

Producția de lapte de vacă prognozată pentru anii 2014 și 2015 este mai mică față de cantitatea obținută în anul 2011, respectiv, cu 59,81 și 79,11 mii tone în mărime absolută sau cu 10,68 și 14,13 p.p. în mărime relativă, iar cea prognozată de carne de porc depășește nivelul anului 2011, respectiv, cu 14,75 și 7,9 mii tone în mărime absolută sau cu 23,05 și 35,39 p.p. în mărime relativă.

CONCLUZII

1. Securitatea alimentară națională reprezintă starea economiei în care, indiferent de conjunctura piețelor mondiale, i se garantează populației o asigurare stabilă cu alimente în cantitatea care corespunde parametrilor științific argumentați, precum și se creează condiții de susținere a consumului la nivelul normelor medicale.

2. Direcțiile de acțiune pentru reglementarea raportului populație – necesități de consum – disponibilități alimentare sunt: îmbunătățirea cunoștințelor în domeniul nutrițional, creșterea producției de alimente, îmbunătățirea sistemelor de distribuție a alimentelor, îmbunătățirea sistemului de depozitare a alimentelor, îmbunătățirea siguranței alimentelor.

3. În Concepția „10 A” sunt sintetizate următoarele caracteristici specifice ale securității alimentare: Acces fizic la alimente; Acces economic la alimente; satisfacerea Așteptărilor consumatorilor ca urmare a procurării produselor alimentare; Accelerarea implementării tehnologiilor moderne în întreprinderi în vederea obținerii producției competitive; Afectarea stării economiei per ansamblu; acordarea Ajutorului material; Anularea exportului de produse alimentare deficitare în caz de insecuritate alimentară; Aport Alimentar echilibrat; Activitate vitală normală; promovarea consumului de produse Autohtone.

4. Cantitatea de grâu prognozată pentru anii 2014 și 2015 este mai mare față de cea din anul 2011, respectiv, cu 149,29 și 198,76 mii tone în mărime absolută sau cu 18,78 și 25,00 p.p. în mărime relativă, iar cantitatea prognozată de sfeclă de zahăr este mai mică față de cea din anul 2011, respectiv, cu 265,66 și 365,21 mii tone în mărime absolută sau cu 45,1 și 62,01 p.p. în mărime relativă.

5. O tendință de diminuare se observă și la producția de cartof, cantitatea prognozată pentru anii 2014 și 2015 fiind cu 23,7 și 9,81 mii tone mai mică în mărime absolută sau cu 9,55 și 6,75 p.p. în mărime relativă. De asemenea, este mai mică cantitatea prognozată de legume pentru anii 2014 și 2015 comparativ cu cea din anul 2011, respectiv, cu 19,72 și 16,69 mii tone în mărime absolută sau cu 5,45 și 4,61 p.p. în mărime relativă.

6. Cantitatea prognozată de fructe, pomușoare și nuci pentru această perioadă este mai mică față de cea din anul 2011, respectiv, cu 214,31 și 271,2 mii tone în mărime absolută sau cu 56,7 și 71,75 p.p. în mărime relativă.

7. Producția de lapte de vacă prognozată pentru anii 2014 și 2015 este mai mică față de cantitatea obținută în anul 2011, respectiv, cu 59,81 și 79,11 mii tone în mărime absolută sau cu 10,68 și 14,13 p.p. în mărime relativă, iar cea prognozată de carne de porc depășește nivelul anului 2011, respectiv, cu 14,75 și 7,9 mii tone în mărime absolută sau cu 23,05 și 35,39 p.p. în mărime relativă.

Bibliografie:

1. *Anuarul Statistic al Republicii Moldova*. Chișinău: BNS, 2012, 560 p.
2. Otiman, P. I. *Alternativele economiei rurale a României: dezvoltarea agriculturii sau insecuritate alimentară și deșertificare rurală severă*. București: Ed. Academiei Române, 2011, 311 p.

3. Брустинов, В. М., Зиновьев, Ф. В., Ли, Л. И. *Продовольственный рынок и уровень жизни населения*. Мелитополь. 2000, 78 с.
4. Гусаков, В. Г. et al. *Продовольственная безопасность Республики Беларусь*. Мониторинг -2009 в контексте региональных аспектов. Институт системных исследований в АПК НАН Беларусь, 2010, 136 с.
5. Ильина, З.М., Батова, Н.Н. *Конкурентоспособность продукции и продовольственная безопасность*: Теоретические и практические аспекты. Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2010, 120 с.

SECȚIUNEA IV

CERCETAREA ȘI INOVAREA ÎN SUPORTUL DEZVOLTĂRII DURABILE

IDENTIFICAREA NIVELULUI OPTIM AL PRESIUNII FISCALE PENTRU DEȚINĂTORII PATENTEI DE ÎNTREPRINZĂTOR

Fuior Elena, dr., prof. univ.,

Maxim Ion, dr. hab., conf. univ.,

Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

At present, the country's economic strategy must be developed and implemented jointly with fiscal politics, part of which are the measures to stimulate business activity. From the conceptual point of view, fiscal politics of state must be unique for all forms of property, so as to contribute to sustainable economic growth. The difficulty of establishing the optimal tax for holders of entrepreneurial patent is driven mostly by the lack of statistical information and record income from entrepreneurial activity. It should be noted that the income obtained from the entrepreneurial activity is the main source of existence of entrepreneurial patent holders, and therefore it is necessary to take into account the value of the average wage. The improving of the current system of imposing the individual entrepreneurs holders of patent implies the selection of the best variants out of all the possible ones in view of satisfying both fiscal interests of the state by budgetary collections, and the taxpayers.

The present paper represents some results of the researches which are unfold within the institutional project "Substantiation of the Trade and Consumer Cooperatives modernization from the perspective of their implications in the sustainable socioeconomic development and consumer protection" (11.817.08.85A)

Key words: *fiscal policies, entrepreneurial patent holders, taxpayers, patent.*

Încă din anul 1748 în lucrarea sa „Despre spiritul legilor” Montesquieu susținea că veniturile statului sunt o porțiune pe care fiecare cetățean o dă din venitul său pentru a avea siguranța celeilalte porțiuni sau pentru a se folosi de ea în mod plăcut. Pentru a stabili aceste venituri în quantum oportun, trebuie să se țină seama, atât de nevoile statului, cât și de cele ale cetățeanului.

Din aceste considerente, la etapa actuală, strategia economică a țării trebuie să fie elaborată și implementată în comun cu politica fiscală, partea componentă a căreia identifică măsurile ce țin de stimularea activității antreprenoriale. Din punct de vedere conceptual, politica fiscală a Republicii Moldova necesită o reglementare uniformă a activității structurilor antreprenoriale, indiferent de forma proprietății, ceea ce ar contribui la o creștere economică durabilă.

La rândul său, studiul funcționării sistemului fiscal a arătat că acesta nu poate fi considerat perfect și comparat cu situația în țările dezvoltate sau cu alte economii similare. Astfel, ar fi benefic ca politica fiscală, în general, și ceea ce ține de impunerea deținătorilor patentei de întreprinzător în Republica Moldova să fie revăzută și orientată spre crearea unui astfel de sistem, care, concomitent, ar asigura creșterea economică a structurilor antreprenoriale și majorarea veniturilor statului.

E binecunoscut faptul că în condițiile instabilității economice, când sistemul de impunere nu e perfect, o însemnătate primordială revine mecanismului de creare a condițiilor avantajoase și echitabile pentru toți plătitorii de impozite. Anume de oportunitatea politicii fiscale depinde comportamentul contribuabililor și dorința lui de a recurge la diverse căi de evaziune fiscală.

Actualmente, asigurarea unei creșteri economice durabile a Republicii Moldova presupune crearea unui nivel adecvat al presiunii fiscale, ținând cont că mărirea ratei poverii fiscale este influențată de numeroși factori, dintre care menționăm:

- nivelul de dezvoltare a economiei;
- structura și formele proprietății;
- necesitățile publice stabilite de politica guvernamentală prin nivelul cheltuielilor publice;
- eficiența cu care se utilizează cheltuielile publice finanțate prin impozite;
- gradul de adeziune a populației la politica guvernului și de consimțire la plata impozitelor;
- mărirea datoriei publice;
- stadiul democrației etc.

După opinia unor specialiști, cauza principală a creșterii presiunii fiscale o constituie majorarea continuă a cheltuielilor publice, a căror evoluție se supune anumitor „legități” economice, sociale și politice. Nu poate fi trecut cu vederea nici faptul *diminuării efortului productiv*. Economiiștii liberali au remarcat efectele descurajante pe care nivelurile înalte ale impozitelor le au asupra muncii, economisirii și investițiilor.

Astfel, din punctul de vedere al incitării la muncă, sporirea presiunii fiscale conduce la două tipuri de efecte adverse: efectul de substituție (diminuarea timpului de lucru al angajatului, ca urmare a ”amputării” salariului prin impozitare) și efectul de venit (depunerea unei munci suplimentare, în scopul compensării pierderii de venit net datorită creșterii impozitelor).

Concomitent, prezintă un interes deosebit problema *riscului de inflație*. După cum arată practica, *din fiscalitate* provine faptul că orice creștere a impozitelor și a cotizațiilor sociale are tendința de a se repercuta asupra procesului de cuantificare a prețurilor și salariilor, alimentând în acest mod inflația. Explicația constă în încercarea, pe de o parte, a întreprinderilor de a cuprinde în prețul lor de vânzare plusul de impozite și contribuții sociale pe care le suportă și, pe de altă parte, încercarea salariaților de a recupera sub forma salariilor mai mari scăderea puterii de cumpărare cauzată de impozite.

Conform acestei abordări este necesară examinarea aspectelor ce țin de *economia subterană*. Aceasta reprezintă un fenomen prin care diverse forme de activitate au drept caracteristică sustragerea de la plata impozitelor. Amploarea sa este strâns legată de nivelul ridicat al fiscalității, fiind un aspect particular al fraudei și evaziunii fiscale. Astfel, practicarea muncii „la negru” permite angajatului să obțină venituri nedeclarate (principale sau complementare), iar patronului să se sustragă de la plata impozitelor și taxelor sociale (aferente muncii “la negru”).

Pentru constituirea unui sistem economic, care să coordoneze eficient interesele statului și a contribuabililor, nu și-a pierdut semnificația și problema *reducerii competitivității pe plan internațional*. Orice creștere a preluărilor obligatorii suportată de agenții economici se repercutează în nivelul prețului practicat la produsele lor, diminuând capacitatea de autofinanțare, de investiții și modernizare, ceea ce se reflectă în mod negativ asupra competitivității întreprinderii respective în relațiile cu exteriorul.

Sporirea presiunii fiscale dincolo de pragul considerat admisibil riscă, pe de o parte, să se confrunte cu rezistențe din ce în ce mai puternice, iar pe de altă parte, să creeze un mare handicap agenților economici autohtoni în fața unei concurențe internaționale din ce în ce mai active, mai agresive.

Reforma sistemului fiscal trebuie să poarte un caracter succesiv, multilateral și de durată, antrenând toate pârgurile de adoptare a hotărârilor politice, printre care: diminuarea considerabilă a poverii fiscale și asigurarea achitării impozitelor de toți contribuabilii.

Faptul că în Republica Moldova o parte considerabilă de contribuabili nu achită impozitele, în mod negativ se răsfrânge asupra dezvoltării economiei naționale. Experiența țărilor dezvoltate, ce au o istorie multiseculară de dezvoltare, demonstrează că prin impozite se pot percepe circa 40% din venituri.

În situațiile de depășire a ratei optime a presiunii fiscale, în anumite condiții socio-economice existente, apar unele fenomene negative, dintre care menționăm: slăbirea efortului productiv, fraudă și evaziunea fiscală, precum și economia subterană, riscul de inflație prin fiscalitate, reducerea competitivității pe plan internațional etc.

Această practică e de dorit să fie aplicată și în republică, întrucât în cadrul economiei naționale cota impunerii, în mare măsură, depășește acest nivel, ceea ce are impact negativ asupra dezvoltării activității antreprenoriale, iar deseori atrage după sine încetarea ei și creează premise de evaziune fiscală.

Totodată, ținem să menționăm că conform Obiectivelor reformării sistemului fiscal acesta trebuie să stimuleze dezvoltarea concurenței și asigurarea populației cu locuri de muncă, să înlăture factorii ce împiedică desfășurarea activității de întreprinzător, fapt ce ar asigura dezvoltarea economică.

Cea mai simplă și mai eficientă cale de atingere a acestui obiectiv constă în extinderea bazei fiscale cu diminuarea cotelor de impunere. Atingerea acestor obiective poate fi asigurată prin desăvârșirea politicii fiscale care trebuie să aibă menirea de a avantaja agenții economici în dezvoltarea procesului de producție în condițiile de concurență pe piața internă și cea externă, iar competitivitatea sistemelor fiscale să fie considerată o realitate obiectivă. Totodată, nivelul poverii fiscale să nu fie mai mare decât cel existent în țările parteneri comerciali ai Republicii Moldova.

Aprecierea poverii fiscale poate să se facă la nivel național, regional și pe categorii de contribuabili care, la rândul lor, pot fi grupați după anumite criterii. Presiunea fiscală, fiind un indicator relativ, permite efectuarea unei analize comparative și aprecierea eficienței impunerii.

La nivel macroeconomic aceasta, de regulă, reprezintă coraportul dintre plățile fiscale și PIB, și indică care parte a PIB-ului revine impozitelor. Nivelul prelevărilor fiscale depinde de un șir de factori, printre care: gradul de dezvoltare economică a țării, structura economiei, nivelul corectitudinii administrării fiscale, pregătirea cetățenilor și contribuabililor etc.

La nivelul microeconomic presiunea fiscală reflectă partea venitului agentului economic care este transferată statului sub formă de impozite și taxe. Respectiv, este necesar de menționat că nu există o metodologie unică de apreciere a acestei categorii.

Presiunea fiscală a întreprinzătorilor individuali deținători de patentă considerăm că ar trebui să fie stabilită atât în indicatori relativi, cât și absoluți. Aprecierea nivelului optimal al presiunii fiscale urmează să se facă luând în considerare mai multe criterii: cheltuielile efective pasibile de cuantificat; nivelul impozitelor, taxelor și altor defalcări în buget public național efectuat de deținătorii de patentă; coșul minim de consum; salariul mediu în economia națională etc.

Evaluarea veridică a presiunii fiscale a întreprinzătorilor individuali și a deținătorilor de patentă întâmpină dificultăți datorită efectelor economiei tenebre și lipsei datelor statistice. Dificultățile legate de identificarea și evidența indicatorilor care ar permite stabilirea unei presiuni fiscale echitabile pentru deținătorii patentei de întreprinzător confirmă actualitatea problemei date.

În prezent, din punct de vedere legal, desfășurarea activității micilor întreprinzători în baza de patentă de întreprinzător se reglementează printr-un șir de acte legislative, printre care:

1. Legea Republicii Moldova cu privire la patenta de întreprinzător reglementează mecanismul desfășurării unor genuri de activitate de întreprinzător printr-un sistem simplificat de înregistrare, impunere, evidență și dări de seamă. Conform acestei Legi, impunerea se efectuează sub formă de taxă pentru patentă, care include impozitul pe venit, taxele pentru resursele naturale, taxa pentru unitățile comerciale și/sau unitățile de deservire socială, taxa pentru amenajarea teritoriului, contribuția de asigurare socială de stat și asigurări medicale, alte impozite, taxe și încasări ce se plătesc pe principii generale.
2. Legea Republicii Moldova cu privire la antreprenoriat și întreprinderi determină principiile juridice de funcționare a activității de antreprenoriat, reglementează formele organizatorico-juridice și economice ce pot funcționa în Republica Moldova, stabilește agenții economice care au dreptul să desfășoare activitatea de antreprenoriat.
3. Codul Fiscal determină principiile impunerii în republică, statutul juridic al contribuabililor, principiile de determinare a obiectului impunerii, a evidenței veniturilor și cheltuielilor, modul și condițiile de tragere la răspundere pentru încălcarea legislației fiscale.
4. Legea bugetului asigurărilor sociale de stat fixează tarifele contribuțiilor de asigurări sociale de stat obligatorii; termenele de virare a acestora și de prezentare a declarațiilor privind calcularea și utilizarea contribuțiilor de asigurări sociale de stat obligatorii; cuantumul și modalitatea de plată a contribuțiilor pentru deținătorii patentei de întreprinzător.
5. Legea privind pensiile de asigurări sociale de stat reglementează: contribuțiile datorate de participanți la sistemul public de asigurări sociale; stagiul de cotizare; dreptul la pensie: minimul garantat și pensia minimă; condițiile de stabilire a pensiei; dreptul la pensie și contribuția la sistemul de pensii de asigurări sociale pentru titularii patentei.
6. Legea cu privire la asigurarea obligatorie de asistență medicală reglementează obligativitatea titularilor patentei de a participa la sistemul asigurării obligatorii de asistență medicală care se realizează prin contracte încheiate între subiecții asigurării de asistență medicală.

Astfel, în Republica Moldova, organizarea activității de antreprenoriat în bază de patentă de întreprinzător se reglementează printr-un șir de acte legislative, printre care un loc aparte revine Legii cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93 din 15.07.1998.

Conform acestei Legi, la aprecierea nivelului taxei pentru patenta de întreprinzător, pentru practicarea comerțului cu amănuntul este necesar să se țină cont de următorii factori:

1. amplasarea geografică a unității comerciale;
2. amplasarea unității comerciale în cadrul localității;
3. suprafața comercială a unității comerciale;
4. genurile de mărfuri comercializate;
5. costul mărfurilor comercializate și cheltuielile comerciale aferente mărfurilor comercializate;
6. adaosul comercial a deținătorului de patentă;
7. salariul mediu pe economie;
8. capitalul necesar inițierii afacerii și costul capitalului.

În prezent, articolul 18 alineatul 3 al acestei Legi indică că „Se permite comerțul cu amănuntul în baza patentei de întreprinzător la tarabe, teșghele, tonete și din autovehicule pe piețe și/sau în locuri autorizate de autoritatea administrației publice locale, cu condiția că veniturile din vânzări ale titularilor de patente nu vor depăși 300 000 de lei într-o perioadă de 12 luni consecutive”.

Legea identifică mai mult de 40 de genuri de activități, ce pot fi desfășurate de antreprenorii mici în baza de patentă care se împart în 2 grupe: comerțul cu amănuntul și producția de mărfuri, executarea de lucrări și prestări de servicii. Tot aici sunt specificate mărfurile pasibile de comercializare în baza patentei de întreprinzător, printre care:

- mărfurile industriale: îmbrăcăminte, încălțăminte, țesături, articole de tricotaj, articole de galanterie, articole din tul și draperii, produse textile, rechizite școlare și de birou, inventar și atribute pentru jocurile sportive, articole de parfumerie și cosmetică neaccizate, mărfuri de uz casnic, materiale de construcții, materialelor pentru acoperit case și podele etc.;
- produse alimentare fabricate și ambalate de producător: cereale și produse de morărit, crupe; amidon; produse de cofetărie; ceaiuri; mirodenii și aditivi alimentari; ape minerale naturale și băuturi nealcoolice, îmbuteliate; sare alimentară; mărfuri ușor alterabile; fructe și legume în stare proaspătă (neambalate), cu excepția citricelor și altor fructe exotice; fructe și legume prelucrate în mod industrial; miere de albine și derivatele ei.

În paralel cu genurile de activitate care pot fi practicate de deținătorii de patentă, Legea reglementează domeniile ce nu pot fi practicate de către titularii patentei, acestea sunt comercializarea mărfurilor supuse accizelor și a mobilei.

Astfel, din momentul adoptării Legii privind patenta de întreprinzător până în prezent, aceasta a suportat un șir de modificări.

Pe parcursul acestei perioade, s-a micșorat numărul genurilor de activitate, care pot fi desfășurate deținând patenta de întreprinzător de la 46 la 41, s-au exclus unele domenii de activitate, printre care: desfășurarea activității de comerț în magazine ce ocupă încăperi sau clădiri separate și au săli de comerț, a căror suprafață nu depășește 20 m²; comercializarea materialelor de construcție, mobilei, mărfurilor supuse accizelor, articolelor de uz casnic; unele servicii de transportare; prestarea serviciilor hoteliere etc.

Concomitent, Legea reglementează quantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător pentru activitatea comercială, care este prezentată în tabelul 1.

Tabelul 1

Cuquantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător pentru activitatea comercială, lei

Genul de activitate	Cuquantumul taxei lunare, lei		
	mun. Chișinău, mun. Bălți, mun. Bender, mun. Tiraspol	Celelalte municipii, orașe	Localități rurale
1. Comerțul cu amănuntul			
1.1. Comerțul cu amănuntul la tarabe, teșghele, tonete și din autovehicule în piețe și/sau în locuri autorizate de autoritatea administrației publice locale	360	180	100
1.2. Comerțul cu produse alimentare și mărfuri ușor alterabile autohtone, cu condiția respectării cerințelor sanitar-epidemiologice privind depozitarea, păstrarea și comercializarea lor (în vigoare până la 1 ianuarie 2017)	540	360	100

Sursa: calculat în baza datelor Biroului Național de Statistică (www.statistica.md)

Studiul permite să constatăm că pe parcursul anilor 1998 – 2012 a crescut esențial numărul titularilor de patentă de întreprinzător, care în prezent constituie aproximativ 15600, din care cea mai mare cotă revine comerțului - cca 60%. Analizând dinamica numărului de patente, menționăm

că acesta în perioada anilor 2000 – 2007 a înregistrat valori maxime, modificându-se de la 20321 până la 25733, cu reducerea treptată a numărului deținătorilor de patentă în următorii ani. Esențial s-a modificat ponderea domeniilor de activitate: ponderea comerțului treptat s-a micșorat de la 96,2 % la 59,7% cu creșterea corespunzătoare a domeniului „Producția, lucrări, servicii”.

Analiza volumul încasărilor din taxa pentru patentă arată că acestea au crescut până în anul 2006 când a fost înregistrat cel mai mare venit în valoare de 45 mln lei cu o diminuare esențială în anul 2007, atingând nivelul de 34 mln lei și 29 mln lei în anul 2008. În anul 2012 volumul încasărilor din taxa de patentă a constituit aproximativ 34 mln lei. Această reducere a mărimii taxei pentru patentă se explică prin micșorarea numărului deținătorilor de patentă de întreprinzător, cauzată de delimitarea tipurilor de activități ce pot fi practicate în baza patentei.

E necesar de menționat că, pe de o parte, activitatea antreprenorială, în baza de patentă, nu presupune achitarea impozitelor. Din acest punct de vedere, întrucât această formă organizatorico-juridică contribuie la formarea veniturilor statului numai prin achitarea taxei pentru patentă, ea nu se consideră benefică. Aceasta se confirmă prin aceea că pe parcursul anului 2012 acumulările din contul taxei pentru patentă și contribuții sociale au constituit cca 61 mln lei.

Concomitent, ca efect negativ, ce ține de domeniul dat de activitate menționăm faptul că deseori acești antreprenori, activând ca intermediar dintre importatori de marfă și consumatorul final, procurând marfă la un preț redus, o vând cu un adaos comercial foarte mare, ceea ce atrage după sine evaziunea fiscală. Pe de altă parte, deținătorii patentei de întreprinzător nu sunt plătitori de TVA, ceea ce are impact nefavorabil asupra prelevărilor fiscale la buget.

În prezent, o cotă mare a mărfurilor de import se realizează prin rețeaua comerțului neorganizat. În consecință, aceste nu sunt însoțite de acte ce confirmă achitarea impozitelor la import și se creează o pârgie pentru intimidarea și extorcarea mitei de la micii antreprenori. Așadar, diminuarea impozitelor la importul mărfurilor, efectuat de persoanele fizice, ar crea premisa creșterii veniturilor în buget, legalizarea activității comerțului neorganizat, reducerea evaziunii fiscale și a fenomenului corupției în organele de stat.

În opinia noastră, este absolut necesar și obligatoriu adoptarea unor măsuri urgente de protecție a producătorului autohton. Una dintre direcțiile în cauză constă în acordarea de facilități agenților economici ce prelucrează materia primă autohtonă. Necesitatea acestor modificări se explică prin faptul că sistemul fiscal actual favorizează exportul de materie primă autohtonă. Situația dată are la bază principiile de impunere, aferente taxei pe valoare adăugată.

În conformitate cu legislația, înregistrarea debitorului de TVA este efectuată în conformitate cu prevederile art.112 al Codului fiscal. Majoritatea producătorilor agricoli nu satisfac condițiile pentru a fi înregistrați ca plătitori de TVA și, ca urmare, nu eliberează facturi fiscale. Luând în considerație inconvenientul dat, adică imposibilitatea deducerii acestui impozit, plătitorii de TVA evită relațiile cu întreprinderile ce nu achită taxa pe valoarea adăugată. Totodată, sistemul se bazează pe principiul destinației și, ca urmare, exportul are cota de impozitare zero. În acest mod se creează întreprinderi ce se specializează în achiziționarea materiei prime agricole de la producătorii locali, cât și exportul acesteia, fără achitarea TVA.

Ținând cont de nivelul actual de dezvoltare economico-financiară a Republicii Moldova, de ponderea foarte înaltă a economiei tenebre, ca o măsură de redresare a situației date, propunem utilizarea unui impozit unic pe venit pentru business-ul mic. Un model asemănător de impunere este utilizat în republică în cazul funcționării pe baza licenței de întreprinzător. În acest caz, deținătorul de patentă plătește numai taxa pentru patentă, care include printre alte plăți și impozitul pe venit, impozitul pentru folosirea resurselor naturale și plățile în Fondul Social. Celelalte impozite și taxe deținătorii de licențe de întreprinzător le achită pe principii generale.

În Republica Moldova, după opinia noastră, e necesar de a introduce impozitului unic pe venit fixat. Această se confirmă de unele cercetări preventive, deoarece analiza bazei statistice oficiale, acumulate de Biroul Național de Statistică indică că în majoritatea ramurilor economiei naționale consumurile au depășit volumul producției fabricate. În prezent, majoritatea întreprinderilor oficial înregistrează pierderi. Așadar, pentru a fi asigurate veniturile bugetare ar fi necesar de introdus impozitul unic pe venit.

Implementarea acestui impozit, după cum se știe ar crea și anumite dificultăți. Cunoscând comportamentul și mentalitatea populației, admitem că inițial va fi foarte greu de legalizat activitatea economiei tenebre. Pe de altă parte, această măsură va crea un climat favorabil pentru fondarea întreprinderilor mici care, ulterior, vor contribui la dispariția economiei tenebre. Este evident, că atare măsuri sunt însoțite de un anumit risc privind menținerea nivelului prognozat de încasări bugetare. După opinia noastră, pentru a implementa în Republică modelul Federației Ruse e necesar de a efectua perfectări ale legislației în vigoare, precum:

- transformarea TVA într-un impozit unic atât pentru întreprinderile businessului mic, cât și pentru celelalte tipuri de întreprinderi. În caz contrar, întreprinderile mari ar evita relațiile cu întreprinderile mici care nu plătesc TVA, deoarece acestea nu eliberează facturi fiscale. În paralel, la întreprinderile mici vor crește cheltuielile perioadei din cauza achitării TVA la cumpărare;
- cota noului impozit unic trebuie să asigure același nivel al veniturilor în bugetul consolidat determinat de TVA, impozitul pe venit, impozitul pe imobil și fondul social. Presupunem că mărimea acestuia poate fi în limita 8 – 10% din volumul producției fabricate;
- păstrarea principiilor de bază, ce țin de impunerea relațiilor economice externe ale Republicii Moldova, luând în considerație prevederile convențiilor internaționale;
- eliberarea de la achitări în fondul social, în cazul introducerii stipulărilor noi, a antreprenorilor care fac parte din categoria micului business, prevăzând că o parte din acest impozit va fi vărsat în fondul social. Cota defalcărilor în fondul social poate fi apreciată în proporția stabilită la momentul actual.

Așadar, acest impozit, ca și în cazul patentei de întreprinzător, urmează a fi compus dintr-un șir de impozite, dar cele mai importante sunt: impozitul pe venit, pe imobil, pentru resurse naturale și plățile în Fondul Social. Principala problemă ce trebuie să fie rezolvată la elaborarea și introducerea lui constă în stabilirea mărimii acestui impozit, la care este necesar să se ia în considerație principiul de echitate.

Concomitent, trebuie de prevăzut ca antreprenorii individuali ce achită impozitul unic să fie scutiți de prezentarea declarației cu privire la impozitul pe venit, ca persoane fizice. La fel, este necesară și prevederea ce vizează problema că, în prezent, patronul unei întreprinderi cu statut de persoană fizică, din punct de vedere fiscal, mai participă și în calitate de cetățean contribuabil. Conform acestei prevederi el prezintă două declarații cu privire la impozitul pe venit, ca antreprenor și ca cetățean, iar obligațiile fiscale ca cetățean se calculează reieșind din suma tuturor veniturilor obținute în decursul perioadei date.

Considerăm că prevederile legislației contravin principiului echității și loialității de impozitare, fiindcă veniturile persoanei fizice ca simplu cetățean și veniturile întreprinderii persoanei fizice sunt impozitate practic de două ori. Această situație defavorizează și descurajează antreprenorii individuali.

Impozitul unic pe venit poate fi utilizat pentru anumite genuri de activitate, care se supun greu controlului datorită circulației banilor. Aceste tipuri de activitate economică trebuie să fie

specificate de stat. În cazul când antreprenorul practică mai multe genuri de activitate, în componența cărora sunt și cele pentru care se poate utiliza și impozitul propus, evidența se va face separat privind bunurile utilizate pentru fiecare gen de activitate.

La utilizarea bunurilor în alte scopuri de activitate decât cele prevăzute pentru impozitare cu impozit unic, acestora li se vor aplica principiile generale de impozitare. Cheltuielile suportate de către antreprenor vor fi distribuite între tipurile de activitate proporțional cu nivelul de rentabilitate stabilit fiecărui gen de activitate al întreprinderii sau celei medii pe genul concret de activitate.

O practică asemănătoare este utilizată în Ucraina, unde subiecților business-ului mic li se acordă dreptul de a aplica impozitului unic pe venit, la care agentul are dreptul să aleagă între achitarea impozitelor pe baza principiilor generale sau achitarea impozitului unic. Ca o particularitate pozitivă la utilizarea acestui impozit, menționăm că evidența contabilă este simplificată, fiind efectuată după metoda de casă.

Utilizarea impunerii simplificate de către antreprenori s-a manifestat benefic și în Republica Kazahstan, unde, ca urmare a introducerii impozitului unic, s-a înregistrat o micșorare a presiunii fiscale asupra agenților economici și, totodată, s-a obținut o creștere a numărului de locuri de muncă, a fondului de remunerare etc.

În același timp, funcționarea entităților antreprenoriale pe bază de patentă de întreprinzător are efect social, deoarece într-o măsură oarecare, permite de a reduce nivelul șomajului în țară și evaziunea fiscală. Nu mai puțin importantă este și problema protecției consumatorului, fiindcă la etapa actuală a dezvoltării economiei naționale cota comerțului neorganizat este de cca 35% din volumul total al comerțului în republică.

Dificultatea stabilirii valorii optime a presiunii fiscale pentru deținătorii de patentă de întreprinzător este determinată în mare parte de lipsa informațiilor statistice și evidența venitului obținut din activitatea de întreprinzător. Este necesar de menționat că pentru deținătorii de patentă de întreprinzător venitul obținut din activitatea dată este sursa de bază de existență și din aceste considerente este necesar să se ia în calcul valoarea salariului mediu pe economie.

Optimizarea sistemului actual de impunere a întreprinzătorilor individuali deținători de patentă presupune selectarea celor mai bune variante dintre toate posibile pentru satisfacerea atât a intereselor fiscale ale statului prin acumulări bugetare, cât și a contribuabililor.

În procesul optimizării impunerii fiscale a deținătorilor patentei de întreprinzător este necesar să respectăm următoarele principii: legalitate, siguranță, eficiență, echitate, raționalitate. Acestea presupun:

- Optimizarea presiunii fiscale trebuie să fie efectuată în limitele legale și, totodată, să contribuie la respectarea legislației în vigoare;
- Atât pentru contribuabili, cât și pentru organele fiscale trebuie să fie clar care este valoarea impozitelor și taxelor ce urmează a fi achitate în buget, în acest mod respectându-se principiul siguranței relațiilor dintre contribuabil și fisc;
- Eficiența impunerii deținătorilor de patentă de întreprinzător se reflectă prin raportul dintre încasările fiscale și cheltuielile legate de administrarea fiscală a deținătorilor de patentă;
- Echitatea impunerii deținătorilor de patentă de întreprinzător se materializează, în primul rând, prin comparație cu venitul obținut și impozitele achitate de alți contribuabili persoane fizice, luând în considerare riscurile asumate de deținătorii patentei de întreprinzător;
- Principiul raționalității se materializează, în special, prin scopul urmărit de stat în calitate de regulator a economiei naționale, prin stimularea sau împiedicarea dezvoltării unor domenii.

Determinarea nivelului optimal al taxei pentru patenta de întreprinzător, respectând principiile menționate, ar trebui să asigure echilibrul dintre încasările și plățile efectuate de

deținătorul de patentă. Valoarea adăugată obținută de deținătorul patentei ar trebui să permită acoperirea tuturor cheltuielilor legate de activitatea de întreprinzător a deținătorului patentei, să acopere plățile obligatorii față de buget și să permită persoanei fizice deținător a patentei să-și acopere cheltuielile vitale.

În contextul celor menționate mai sus putem întocmi următoarea inegalitate:

$$V - C = VA$$

$$VA = Ch + SM + AS + AM + TP$$

$$V - C = Ch + SM + AS + AM + TP$$

unde,

V – venitul din vânzări a deținătorului de patentă de întreprinzător, conform modificărilor introduce prin Legea nr.178 din 11.07.2012 care va intra în vigoare de la 01.01.2013 veniturile din vânzări a titularului patentei de întreprinzător nu pot să depășească 100000 lei într-o perioadă de 12 luni consecutive;

C – costul vânzărilor;

VA – valoarea adăugată;

Ch – cheltuieli legate de activitatea comercială, taxa de piață, cheltuieli de depozitare, transportare, costul capitalului investit etc. Luând în considerare faptul că majoritatea deținătorii patentei de întreprinzător își desfășoară activitatea comercială la tarabe, teșghele, tonete în piețe s-a utilizat Nota informativa privind activitatea I.M.”Piața Centrală” prezentată Consiliului Municipal Chișinău, conform căreia costul unui loc de comerț este în mediu 200 lei pe lună;

SM – salariul mediu pe economie, conform datelor Biroului Național de Statistică salariul mediu pe economie în anul 2012 a variat de la 3139 lei în ianuarie până la 3913,5 lei în iunie 2012, din aceste considerente s-a utilizat în calcule o valoare medie de circa 3550 lei. Luând în considerare faptul că deținătorii patentei de întreprinzător mai au la întreținere și alte persoane, utilizarea salariului mediu pe economie și nu a coșului minim de consum este mai binevenită;

AS – prima de asigurare obligatorie de asistență socială calculată în sumă fixă în valoare absolută, se stabilește anual prin lege, conform prevederilor alin.(1) art.6 din Lege nr. 270 din 23.12.2011 bugetului asigurărilor sociale de stat pe anul 2012: deținătorii patentei de întreprinzător pot fi asigurați pe bază de contract individual încheiat cu Casa Națională de Asigurări Sociale, plătind contribuții de asigurări sociale de stat în sumă de 4704 de lei pe an;

AM - defalcări anuale în Fondul Asigurărilor Medicale, se stabilește anual prin lege, conform prevederilor alin.(2) art.4 din Legea nr.271 din 23.12.2011 fondurilor asigurării obligatorii de asistență medicală pe anul 2012, prima de asigurare obligatorie de asistență medicală calculată în sumă fixă în valoare absolută pentru deținătorii patentei de întreprinzător se stabilește la 2 982 lei;

TP – taxa pentru patenta de întreprinzător. Anexa la Legea nr. 93 din 15.07.1998 cu privire la patenta de întreprinzător, stabilește quantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător, astfel, pentru comerțul cu amănuntul, în dependență de localitate și produsele comercializate, este stabilită o taxă lunară de la 100 lei până la 540 lei.

Pornind de la prezumția că veniturile înregistrate de deținătorul patentei de întreprinzător trebuie să acopere cheltuielile vitale ale acestuia, precum și cheltuielile legate de activitatea de întreprinzător, s-a calculat nivelul rentabilității vânzărilor care ar permite activitatea economică în limitele legale. Valoarea adăugată minimală de către deținătorul patentei de întreprinzător ar trebui

să acopere cheltuielile comerciale, taxa pentru asigurări sociale, taxa pentru asigurări medicale, taxa pentru patenta de întreprinzător și să asigure un venit echitabil deținătorului de patentă.

Luând în considerare faptul că cheltuielile sus menționate practic nu pot fi reduse de deținătorul patentei de întreprinzător, aceste cheltuieli pot fi considerate fixe. Totodată, de la 01.01.2013 veniturile din vânzări a titularului patentei de întreprinzător nu pot să depășească 100000 lei într-o perioadă de 12 luni consecutive, ceea ce presupune că cheltuielile fixe identificate mai sus trebuie să fie acoperite din vânzările înregistrate. Calculul pragului de rentabilitate a deținătorilor de patentă care practică activitatea comercială până și după 01.01.2013 este prezentat în tabelul 2.

Tabelul 2

Calculul pragului de rentabilitate a deținătorilor de patentă care practică activitatea comercială până și după 01.01.2013

	Indicator	Până la 01.01.2013	După 01.01.2013	Varianta I	Varianta II
1.	Venitul din vânzări	300000	100000	600000	600000
2.	Cheltuieli comerciale, lei (300 lei x 12 luni)	3600	3600	3600	3600
3.	Salariul mediu pe economie, lei (3550 lei x 12 luni)	42600	42600	42600	42600
4.	Prima pentru asigurarea obligatorie socială, lei	4708	5220	5220	5220
5.	Prima pentru asigurarea obligatorie medicală, lei	2982	3318	3318	3318
6.	Taxa pentru patenta de întreprinzător, lei	6480	6480	6480	30000
7.	Valoarea Adăugată minimală, lei (2+3+4+5+6)	60370	61218	61218	84738
8.	Costul vânzărilor (1-7)	239630	38782	538782	515262
9.	Rentabilitatea minimală a vânzărilor (%)	20,1	61,2	10,2	14,1
10.	Adaosul comercial minimal (%)	25,19	157,85	11,36	16,45
11.	Presiunea fiscală (%)	4,7	15,0	2,5	6,4

Sursa: calculat în baza datelor Biroului Național de Statistică (www.statistica.md)

Analiza datelor din Tabelul 2 permite să constatăm următoarele:

- pentru a putea supraviețui, rentabilitatea minimă a vânzărilor deținătorului patentei de întreprinzător ar trebui să fie circa 61,2% sau circa de 4 ori mai mare decât rentabilitatea vânzărilor înregistrată de comerțul cu amănuntul și cu ridicata în Republica Moldova în anii 2007 – 2012, iar adaosul comercial minimal al deținătorului patentei de întreprinzător trebuie să fie de 157,85%, ceea ce practic exclude deținătorii patentei de întreprinzător de la comercializarea mărfurilor cu adaos comercial limitat și poate duce la majorarea prețului la alte produse;
- nivelul impunerii deținătorilor patentei de întreprinzător utilizat până la 01.01.2013 este mai adecvat acestei grupe de contribuabili, asigurând un echilibru dintre necesitățile cetățenilor și bugetului;

- varianta I și II presupune o abordare inversă celei adoptate de legislator și anume majorarea venitului din vânzări până la 600 mii lei în 12 luni consecutive, până la nivelul prevăzut pentru înregistrarea ca contribuabil al TVA conform art.112 din Codul Fiscal;
- păstrarea cuantumului taxei patentei de întreprinzător în Varianta I nu este considerată rațional din punct de vedere a nivelului presiunii fiscale care va fi prea mică, din aceste considerente taxa pentru patenta de întreprinzător poate fi majorată maximal până la 2500 lei pe lună, nivel care ar asigura un nivel suficient de presiune fiscală și o rentabilitate a vânzărilor comparabilă cu rentabilitatea vânzărilor înregistrată de comerțul cu amănuntul și cu ridicata în Republica Moldova.

În concluzie: reducerea venitului admis de vânzări pentru deținătorii patentei de întreprinzător de la 300 mii lei la 100 mii lei este neargumentată și va crea condiții pentru dezvoltarea economiei tenebre și corupției.

Astfel, un avantaj a utilizării patentei de întreprinzător, care nu trebuie subestimat, este riscul minimal al apariției corupției și abuzului din partea organelor fiscale, ceea ce influențează benefic climatul din societate. Analiza experienței activității organelor fiscale denotă faptul că aproape toate controalele efectuate de IFPS finalizează cu aplicarea sancțiunilor, ceea ce ridică riscuri de coruptibilitate. În cazul utilizării patentei de întreprinzător, deținătorul acesteia achită impozitele integral în avans, fapt care exclude necesitatea verificării corectitudinii calculării acestora de contribuabil, ceea ce reduce la maxim riscul corupției și abuzului din partea organelor fiscale.

Bibliografie:

1. Bîrle, V. Echitatea fiscal. București: Ed. Teora, 2006.
2. Brezeanu, P. Fiscalitate – Concepte, teorii, politici și abordări practice, Editura Wolters Kluwer România, Bucuresti, 2009.
3. Codul Civil al Republicii Moldova Nr. 1107 din 06.06.2002. Monitorul Oficial al RM. Chișinău, 2002, nr. 82-86.
4. Codul Fiscal Nr. 1163 din 24.04.1997. Monitorul Oficial al RM. Ed. special. Chișinău, 25.03.2005.
5. Corduneanu, C. Sistemul fiscal în știința finanțelor. Bucuresti: Editura CODECS, 2008.
6. Fiscalitatea agenților economici. Chișinău, 2008, 161 p.
7. Legea bugetului asigurărilor sociale de stat Nr. 270 din 23.12.2011. Monitorul Oficial al RM. Chișinău, 2012, nr. 15.
8. Legea cu privire la asigurarea obligatorie de asistență medicală Nr.1585-XIII din 27.02.98. Monitorul Oficial al RM. Chișinău, 1998, nr.38-39.
9. Legea cu privire la mărimea, modul și termenele de achitare a primelor de asigurare obligatorie de asistență medicală Nr. 1593 din 26.12.2002. Monitorul Oficial al RM. Chișinău, 2003, nr. 18-19.
10. Legea fondurilor asigurării obligatorii de asistență medicală Nr. 271 din 23.12.2011. Monitorul Oficial al RM. Chișinău, 2012, nr. 15/39.
11. Legea privind pensiile de asigurări sociale de stat Nr. 156 din 14.10.1998. Monitorul Oficial al RM. Chișinău, 1998, nr. 111-113.
12. Legea Republicii Moldova cu privire la antreprenoriat și întreprinderi nr.845-xii din 03.01.92. Monitorul Oficial al RM. Chișinău, 1994, nr. 2.

13. Legea Republicii Moldova cu privire la patenta de întreprinzător Nr. 93-XIV din 15 iulie 1998. Monitorul Oficial al RM. Chișinău, 1998, nr. 72-73.
14. Lupu, N., Grosu, O. Finanțe publice și fiscalitate. Iași: Ed. Tehnopress, 2009.
15. Moșteanu, T. Politici fiscale și bugetare pentru reformarea economiei și relansarea creșterii economice. Buc.: editura economică, 2008, 208 p.
16. Savenco, L. et al. Influența politicii fiscale asupra dezvoltării economiei naționale: Informație de sinteză. Chișinău: INEI, 2005. 51 p.
17. Standardele Naționale de Contabilitate, aprobate prin ordinul ministrului finanțelor al RM .
18. Șarcov, P. Ipatî, G. Impozitarea și facilitățile fiscale pentru micul business din Republica Moldova: Ghid pentru întreprinzători. Proiectul BIZPRO-Moldova. Chișinău: Bons Offices, 2003, 136 p.

Lucrarea de față reprezintă unele rezultate ale cercetărilor ce se desfășoară în cadrul proiectului instituțional de cercetare științifică fundamentală și aplicativă „Fundamentarea modernizării comerțului și cooperăției de consum din perspectiva implicațiilor acestora asupra dezvoltării social-economice durabile și protecției consumatorilor” (cifru proiectului 11.817.08.85A).

MECANISMUL ECONOMIC AL ACTIVITĂȚII DE INOVARE

*Ganea Victoria, dr., conf. univ.,
Consiliul Național pentru Acreditare și Atestare
Demidețchi Diana, drd.,
Academia de Studii Economice din Moldova*

This article reflects theoretical addressed the notion of innovation and system innovation. Innovations arise as a result of the innovation process, which is the basis for the creation of innovation. The innovation process can be represented as all changes scientific, technological and organizational dissemination and implementation of innovations and innovation processes defines all technical and scientific progress. Methodological issues, now is very important and essential to create a complete, flexible and dynamic innovation, able to solve the problem of changing the technology base of the company. From this aspect, the method of systematic approach becomes appropriate, perhaps even crucial in terms of theory and practice.

Key words: *innovation, innovation process, flexible and dynamic innovation, invention.*

În condițiile economice actuale, bazate pe dezvoltarea progresului tehnico-științific, în activitatea de perfecționare, optimizare și gestionare a unităților economice, tot mai elocvent se manifestă procesul de integrare a sistemului financiar cu cel al producției individuale. Concomitent, tot mai evident devine procesul de formare a sistemelor naționale de inovare. Știința economică demonstrează că acest fapt a fost cauzat în mare parte de dinamica neuniformă a dezvoltării economice. Marele economist al sec. XX, Joseph A. Schumpeter a argumentat prin cercetările sale caracterul problematic, neunivoc al creșterii economice și în consecință, conform cercetărilor sale - din această non-uniformitate apar inovațiile.

Joseph A. Schumpeter a fost cel care a menționat pentru prima dată despre “procesul de punere în aplicare a unor noi combinații”. Acest concept, în conformitate cu Schumpeter, cuprinde cinci cazuri:

- ✓ producerea de noi bunuri sau crearea unui nou conținut sau o nouă calitate a unui bun,
- ✓ introducerea de noi metode de producție,
- ✓ asimilarea de noi piețe de realizare a noului produs,
- ✓ obținerea unei noi surse de materie primă,
- ✓ efectuarea reorganizărilor adecvate pentru a crea condiții de monopol sau subminarea monopolul unei alte entități economice [1].

Determinând diferența între invenție și inovare, constatăm că sunt doua concepte, care la prima vedere, am zice ca sunt același lucru, dar există o diferență fundamentală între cele două concepte. *Invenția* este prima apariție a unei noi idei (concept) pentru un nou produs sau proces. *Inovația* este o aplicare comercializabilă în practică a unei invenții, o integrare a invenției în practica economico-socială. O invenție nu devine inovație până nu intră în procesul de producție și marketing și comercializare pe piață.

În baza celor relatate, considerăm că procesul inovării nu este doar implementarea unor inovații, ci și o nouă funcție de producție, este trecerea de la anumite funcții de producție vechi la altele noi, net superioare. Devine oportună necesitatea definirii clare a posibilităților reale în acest sens, pornind de la faptul definirii procesului inovațional. În ultima vreme am tot auzit vorbindu-se

despre inovație și ce implicații are aceasta într-o companie, mai mult, ce implicații are aceasta într-o societate. Astfel, vom defini **inovația – ca un proces prin care se dorește să se realizeze produse noi, metode noi de marketing, procese de fabricații noi într-un mod cât mai eficient și eficace pentru a satisface nevoile clienților**. Trebuie să remarcăm că inovația nu exista doar în domeniul afacerilor, inovația este necesară și în activitatea socială, și la nivel guvernamental, pentru a îmbunătăți procesele prin care se organizează sectorul public din țară.

Termenul „sistem de inovare” a fost folosit pentru prima dată de către B. Lundwall în 1985 în lucrarea „Inovațiile de produse și cooperarea consumator-producător”. El și-a concentrat atenția anume asupra relațiilor firmelor și instituțiilor, incluse în producția de cunoștințe. O astfel de cooperare, de asemenea, apare între cercetările fundamentale (producători) și cercetările aplicate (consumatori primari sau utilizatori).

Dezvoltarea conceptului sistemelor de inovare a devenit noțiunea „sistem național de inovare” (SNI), introdusă în anul 1987 de K. Freeman. Ulterior, conceptul de SNI a fost dezvoltat în mod activ de B. Lundwall și R. Nelson și de-a lungul timpului a devenit unul dintre conceptele-cheie teoretice, care stă la baza studierii proceselor, ce au loc în domeniul științifico-tehnologic și a formării politicii pentru promovarea sa.

În literatura de specialitate nu există o interpretare unică a noțiunii de inovare. Totuși, noi tindem să evidențiem cu claritate două abordări pentru înțelegerea acestui termen:

1. În sens larg, inovațiile se identifică cu procesul de creare a noilor produse și apariția noilor servicii, metode esențial noi atât în sfera de producere, cât și în domeniul gestionării financiare, de cercetare etc.
2. În sens restrâns, sunt considerate drept inovații rezultatele activității industriale, în deosebi apariția know-how, produse de tehnologie și servicii legate de acestea.

Considerăm că inovarea trebuie interpretată nu doar prin funcțiile de producție, dar trebuie să se ia în calcul și nivelul lor de calitate. Pe de o parte, consumatorii, prin alegerea celor mai preferate proprietăți de consum a produselor și serviciilor noi, definesc clar inovația. Pe de altă parte, producătorii în condiții de competitivitate și a cerințelor standardelor internaționale și naționale ar trebui să pună accent pe cele mai bune analogii în plan global. Astfel, procesul de inovare este rezultatul utilizării de noi cunoștințe în vederea aplicării în practică a acesteia. Anume gradul de conformitate a unui produs sau serviciu nou cu piața de consum o definim ca inovație.

Activitatea de inovare nu trebuie limitată numai prin crearea de noi mijloace de muncă, procese tehnologice, metode de organizare și gestionare. Cea mai importantă componentă a proceselor de inovare este introducerea elementelor anterior menționate, ceea ce duce la o actualizare a producției. Astfel, în activitatea inovațională sunt incluse rezultatele optime ale celor mai bune practici din trecut de rând cu utilizarea elementelor de know-how din prezent. De asemenea, în condițiile economiei concurențiale, inovația este interpretată ca un produs sau serviciu nou destinat pentru vânzare (de exemplu, proprietatea intelectuală). Cu toate acestea, nu toate elaborările pot deveni un produs inovator gata de vânzare. Această situație poate fi explicată prin cauze și motive instituționale, juridice etc.

Inovațiile apar în rezultatul procesului de inovare, care și este baza de creare a inovației. Procesul de inovare poate fi reprezentat ca totalitatea schimbărilor științifice, tehnologice și organizaționale pentru difuzarea și implementarea inovațiilor, iar totalitatea proceselor inovaționale definește progresul tehnico-științific. Pentru stimularea și optimizarea activității inovaționale este necesară crearea unui sistem modern și eficient de gestionare economico-socială. Managementul acestei activități include nu numai organizarea științei fundamentale și a activității

de cercetare și dezvoltare, dar, de asemenea, dezvoltarea inovațiilor, testarea lor experimentală, precum și difuzarea acestora.

Aspectele metodologice de formare a mecanismului economic modern a procesului de inovare, în opinia noastră, ar trebui analizate prin prisma funcționării sistemelor naționale de inovare, astfel, vom recunoaște necesitatea unei abordări holistice a procesului de inovare.

Existența sistemelor de inovare ca și transformarea lor în procesul de trecere și adaptare la noile condiții tehnologice, așa cum s-a menționat mai sus, sunt încă abia la începuturile explorării științifice. Cu toate acestea, vom încerca să formulăm anumite abordări conceptuale cu privire la noțiunea de sistem de inovare. Astfel, în literatura de specialitate există o abordare care definește sistemul de inovare ca rezultat al interacțiunii a trei subsisteme: inovatorul, organizarea și mediul extern. Primul subsistem include personalul și factorii de producție, care sunt direct implicați în dezvoltarea unei noi tehnologii și este o parte componentă a unui alt sistem - organizația. La rândul său, organizația face parte dintr-un sistem extensiv fiind și un element al setului de factori externi: politici, sociali și de mediu [2].

În literatura occidentală, de cele mai dese ori, prin sistem de inovare se identifică cercetarea științifică, invențiile inovațiile și influența pieței și a conjuncturii economice, motivația și posibilitățile antreprenorilor, precum și oportunitățile de utilizare a know-how-ului în mediu tehnologic și social existent.

Generalizând, conchidem că sistemul de inovare este format din astfel de noi factori cum ar fi: științific, industrial, tehnologic, managerial, de marketing etc., care intervin printr-o relație funcțională, ca rezultat al unei activități comune, care, în consecință, creează un produs sau serviciu nou, net superior celor existente.

Sistemul de inovare, deseori este identificat de mai mulți autori cu infrastructura inovațională. Din punctul nostru de vedere, accentul nu ar trebui să fie pus pe structura exterioară ci pe mecanismul relației elementelor componente ale acestui sistem. Din această perspectivă, ca sistem național de inovare ar trebui să se înțeleagă totalitatea relațiilor organizatorice și economice, care rezultă din efortul de punere în aplicare a invenției și apariția inovației care se află în centrul sistemului de inovare atât la nivel de întreprindere separată, cât și la nivel de țară.

Prin urmare, sistemul național de inovare poate fi definit nu doar prin posibilitatea creării și implementării unei idei inovative. Un sistem de inovare este o structură specială, funcția principală a căreia este de a crea noi produse și servicii, sistem care posedă caracteristicile activității de inovare - capacitatea de a transforma și inova. Astfel, prin noțiunea de sistem de inovare înțelegem totalitatea de entități economice unite printr-un mecanism organizatorico-economic complex cu scopul de a crea produse și oferi servicii noi, ca rezultat al activității inovaționale.

Actualmente, nu putem afirma cu încredere că activitatea inovațională este un factor major care ne poate asigura creșterea economică, de aceea, este necesar de a revizui abordările metodologice existente cu privire la dezvoltarea activității de inovare în republică și adaptarea unor mecanisme și principii noi de dezvoltare economică pe calea inovațiilor, reieșind din condițiile economice existente. Prin aceasta înțelegem posibilitatea conversiei noilor cunoștințe în beneficii economice și sociale, rezultat din interacțiunea complexă între agenții economici, instituțiile de cercetare, finanțatorii, precum și rețelele prin care participanții la procesul de inovare intră în contact.

În cazul Republicii Moldova, infrastructura sistemului inovațional este dezvoltată în special în baza Agenției pentru inovare și transfer tehnologic. Această structură pentru republica

noastră este relativ nouă, deci nu putem face o analiză detaliată a activității, dar se poate remarca că deja au fost făcuți anumiți pași în activitatea de susținere, dezvoltare și implementare a rezultatelor științifice și inovațiilor pe piață.

Pentru economia națională este caracteristic faptul că pe fonul transformărilor evidențiate îndeosebi de anul 2004 cu modificări esențiale în cadrul legislativ, activitățile legate de transferul tehnologic sunt abia la etapa incipientă a dezvoltării. Totuși, putem vorbi deja de o serie de instituții cu o anumită vocație în domeniul transferului de tehnologie și de implementare a invențiilor.

Într-un timp relativ scurt, când cercetarea autohtonă își croiește cu pași nesiguri drum în economia inovațională, avem deja stabilite în republică două rețele naționale în domeniul transferului tehnologic: Parcul științifico-tehnologic și Incubatorul de inovare. Acestea au apărut ca urmare a convergenței și interacțiunii unei multitudini de factori obiectivi și subiectivi care necesită amplificarea a trei condiții primordiale:

1. o bază normativ-juridică care ar stimula inițiativa antreprenorială și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii;
2. un cadru economic favorabil instituțiilor de cercetare tehnologică și firmelor care implementează rezultatele acestor investigații;
3. soluționarea lipsei de fonduri pentru aplicarea în practică a volumului mare de lucrări de cercetare și a stocului de invenții.

Infrastructura inovațională asigură transmiterea efectivă a rezultatelor investigațiilor științifice în procesul de implementare, difuzare a tehnologiilor în sectorul real al economiei prin crearea noilor întreprinderi inovaționale.

În ultimă instanță se asigură integrarea întreprinderilor mici cu capital inovațional în sectorul real prin susținerea relațiilor dintre cercetare și industrie pe linia difuzării rezultatelor cercetării. În această accepțiune se înscrie, în primul rând, starea macroeconomică a complexului național, favorizante difuzării inovațiilor: nivelul dezvoltării social-economice, coraportul dintre cerere și ofertă, stabilitatea și starea de echilibru a economiei naționale, gradul de dezvoltare și interdependență dintre sectorul public și cel privat al economiei etc. Toate acestea determină influențe diferite asupra dezvoltării infrastructurii inovaționale în plan național. De asemenea, aceasta poate fi influențată de aplicarea și difuzarea în propria economie a noilor tehnologii și produse brevetate în alte țări, realizând astfel o eficiență ridicată a investițiilor în noi tehnologii.

Funcția principală a sistemelor de inovare este producerea, regenerarea de noi cunoștințe, noi invenții, precum și aplicarea acestora în utilizarea practică. Aceeași funcție o are și mecanismul economic al activității de inovare în scopul formării potențialului inovativ și utilizarea efectivă a acestuia.

În procesul de analiză a sistemelor de inovare prin intermediul abordării sistematice trebuie să ne bazăm, în primul rând pe funcționarea eficientă a acestor sisteme. În acest scop, orice sistem de inovare ar trebui să aibă obiective strategice și modalități de punere în aplicare a acestora. În evaluarea sistemelor de inovare vom ține cont că acestea pot fi formate la trei niveluri:

- a) nivel micro - actualizarea permanentă a calității produselor, în baza inovațiilor recente;
- b) mezonivel - schimbarea generației echipamentului tehnic prin actualizarea părții active a mijloacelor fixe care apar cu o frecvență de o dată în zece ani, fapt care stă la baza ciclurilor economice pe termen mediu;
- c) la macronivel - schimbarea structurilor tehnologice prin actualizarea unei serii de produse tehnologice modificate care apar cu o frecvență de o dată în cincizeci ani.

Luând în considerație faptul că inovațiile sunt rezultatul activității integrale a unui sistem complex, prin urmare, putem concluziona că elementele de bază ale structurii procesului de inovare sunt: activitatea de cercetare-inovare, sfera de producție și cea de consum. Fiecare element are o funcție specifică, astfel, cea a activității de cercetare-inovare este invenția și apariția inovației, iar funcția sferei de producție este crearea produselor în serie. În sfera consumului se realizează nivelul calității inovației. Procesul de inovare se realizează fără perturbații în cazul în care informațiile se mișcă liber în ambele direcții, atunci când fiecare componentă a structurii sale corespunde scopului de a crea inovații. În consecință, structura sistemului de inovare, în opinia noastră, depinde de interconexiunea elementelor sale.

Pentru crearea inovației sunt necesari anumiți factori speciali cum ar fi: știința, producția, consumul anumitor stimulenți pentru a inova, anumite fonduri, condiții sociale favorabile etc. Acești factori depind de atitudinea întreprinderilor sau a consumatorilor față de știință, tehnologii și progres. În cazul în care avem o atitudine favorabilă, entitatea economică sau individul ca și întreaga societate face posibil procesul de creare a sistemului de inovare, iar dacă atitudinea este una indiferentă de aceste componente, invenția nu se va transforma în inovație, astfel, nu vom avea, în ultimă instanță nici creștere economică.

Un sistem modern de inovare, în opinia noastră, sugerează și o nouă structură organizatorică, care include o serie de modele (structuri) speciale: de exemplu, modelul de rețea sau lanțul inovației. Astfel, în modelele de rețea a sistemului de inovare sunt accentuate anumite pachete desemnate pentru executanții în cadrul acestor proiecte, fapt care permite să se pregătească graficul activităților de bază și evenimentele-cheie. Ulterior, devine posibil să se dezvolte grafice detaliate ale activității corespunzătoare rețelei date.

Lanțul inovației este un sistem modern de inovare rezultat din partajarea logică a întregului proces de inovare în componente structurale sau funcționale distincte: cercetări fundamentale, cercetări aplicative, pre-producție, de producție și dezvoltare, marketing și comercializare. Procesul de inovare nu se prezintă sub formă de lanț de transmisie liniară care ar transmite în stadiul de cunoaștere a ciclului de inovare și promovarea unui nou produs piață, ci este un lanț cu feedback-ul dintre toate componentele sale funcționale.

Analiza vechiului model liniar al procesului de inovare a constatat că ciclul de inovare se realizează strict pe orizontală. Politica de inovare se limita doar la promovarea inovării în toate etapele ciclului de inovare. În acest caz liniaritatea justifică utilizarea indicatorilor statistici în domeniul științei ca indicatori-cheie de inovare. Conform modelului liniar astfel de elemente și factori de inovare cum sunt: impactul condițiilor economice și a conjuncturii de piață asupra inovației, motivarea agenților economici pentru inovare, ciclului de viață al produsului etc., practic, nu li se acorda nici măcar o minimă atenție de către cercetătorii din domeniu.

Principalul factor care determină succesul sau eșecul procesului de inovare în abordare în cazul abordării modelului inovației în lanț este existența legăturilor eficiente între diferite faze ale ciclului de inovare. Noul model schimbă fundamental rolul științei în crearea inovației. Ea servește nu numai ca o sursă de idei inovatoare, ci și ca o sursă pentru rezolvarea problemelor care pot apărea în orice moment, în ciclul inovării.

Astfel, în aspect metodologic, actualmente este deosebit de importantă și esențială crearea unui sistem complet, flexibil și dinamic de inovare, în măsură să rezolve problema de a schimba baza tehnologică a societății. Din acest aspect, metodologia abordării sistematice devine oportună, poate chiar crucială din punct de vedere teoretic și practic.

Pentru Republica Moldova, care trece printr-o perioadă tranzitorie către economia de piață mult mai îndelungată, caracterizată printr-o dezvoltare lentă a activității economice în general, difuzarea progresului tehnico-științific e necesar a fi susținut prin activități coerente și stimulative din partea statului. E necesar, în primul rând, de a face posibilă concordanța dintre cererea și oferta de tehnologii pe piața autohtonă. Se impune funcționarea eficientă a unui sistem organizatorico-informațional de ai aduce pe același segment de piață pe ofertanții și cumpărătorii de noi tehnologii. E necesară susținerea în plan financiar din partea statului a producătorilor de idei și tehnologii. Se impune susținerea, mai ales din punct de vedere juridico-normativ, investitorilor apți să promoveze piața inovațională în contextul economiei naționale.

În fine, putem concluziona că înclinația spre investiții în tehnologiile avansate va avea drept scop principal asigurarea calității, a siguranței în funcționarea și economisirea resurselor de muncă. În acest plan, formarea cadrelor calificate și cercetarea de rând cu investițiile trebuie să fie considerați factori esențiali de impulsioneare a eficienței și competitivității prin implementarea în sectorul real a tehnologiilor.

Bibliografie:

1. Schumpeter, Joseph A. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle (Social Science Classics Series) Paper back*. Publisher: Transaction Publishers, 1982, 244 p.
2. Завлина, П.Н. et al. *Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: учеб. пособие*. М. : Экономика, 2000, 475 с.

CONTRIBUȚIA LUI MIHAI EMINESCU LA FILOSOFIA DREPTULUI

*Munteanu Ștefan, dr., prof. univ.,
Universitatea „George Bacovia” din Bacău, România*

This paper aims to demonstrate, against all prejudice which still persists that Mihai Eminescu was not only a brilliant writer, but also a great thinker, an encyclopedic spirit anointed with a philosophical vocation choice. And that this philosophical vocation has proven not only in the fields of fertility ontology, gnoseology and aesthetics, but also in the philosophy of politics, morals and philosophy in the philosophy of right. It is true that the genial poet-thinker has not developed systematic treatises in which have developed a concept strongly built, claim some epigoni. But his ruminations fragmentation, remaining in the manuscripts, often included in external links that is worth, most of the time, more than all the treaties of researchers trained, but without the ability to look into the depths of it reality.

Key words: *brilliant poet, philosophical vocation, ontology, gnoseology, aesthetics.*

Coordonatele filosofiei practice eminesciene

Încă din timpul studiilor la Viena și Berlin, pe lângă proiectul unei filosofii teoretice proprii, care viza ontologia primă, Eminescu căuta soluții și de filozofie practică, în intenția de a fi util poporului său. Să ne amintim că, în timp ce Titu Maiorescu îl aștepta să-și dea doctoratul în filozofie, pentru a-l numi profesor la Universitatea din Iași, Eminescu îi trimite o scrisoare, la 5 februarie 1874, în care mărturisea că nu doctoratul îl preocupă, ci ceva mult mai important, respectiv găsirea unei soluții în filosofia dreptului și statului pentru interesul practic al României. Iată un fragment din scrisoare: „Cred că am găsit acum soluția problemelor respective, grupând concepțiile și sistemele demonstrative (doveditoare) care însoțesc fiecare fază a evoluției în antinomii vizând atemporalul din istorie, drept și politică, dar nu în sensul evoluției hegeliene a ideii. Căci la Hegel gândirea și ființa sunt identice – aici nu. Interesul practic pentru patria noastră ar consta, cred, în înlăturarea teoretică a oricărei îndreptățiri pentru importul necritic de instituții străine, care nu sunt altceva decât organizații specifice ale societății omenești în lupta pentru existență, care pot fi deci preluate în principiile lor generale, dar a căror cauzistică trebuie să rezulte în mod empiric din relațiile dintre popor și țară (teritoriu). Nu mă pot pronunța acum mai pe larg asupra acestui subiect, el mi-a ocupat însă cea mai mare parte din cugetarea proprie și din studii, așa că până acum n-am respectat în fixarea temelor mele o succesiune de tip didactic”³. Constatăm deci că tânărul student avea preocupări de maximă prioritate pentru patria sa, de natură teoretică, dar și de natură practică. Acest adevăr este recunoscut și subliniat cu insistență de cercetătorul bucovinean Vasile Gherasim: „În contrazicere cu filosofia indică, cu cea schopenhaueriană, cu ipoteza lui J. J. Rousseau, Eminescu își creează un sistem de filozofie socială de o măreție și originalitate impunătoare, - până în prezent, încă prea puțin relevată”⁴. Dar a fost recunoscut și comentat favorabil și de eminescologul Theodor Codreanu: „Poetul considera că fără un mod de a gândi românește, dincolo de principiile generale ale filosofiei istorice și dreptului, țara n-are nici o șansă de viitor”⁵.

³ M. Eminescu, *Opere*, XVI, p. 48.

⁴ Vasile Gherasim, *Mihai Eminescu. Studii și articole*, Editura Junimea, Iași, 1977, p. 71.

⁵ Theodor Codreanu, *Modelul ontologic eminescian*, Editura Porto-Franco, Galați, 1992, p. 114.

Cultura juridică eminesciană

Despre impresionantă știință de carte și cuprindere culturală cu care opera Eminescu au făcut mărturie mai toți cercetătorii care au cutezat să se apropie de opera acestui spirit enciclopedic. Un loc aparte în acest sens îl ocupă sinteza întocmită de către George Călinescu, detaliile aduse de D. Vatamaniuc și observațiile lui Al. Oprea. Concluziile acestor întreprinderi, conjugate cu cercetările altor eminescologi, pun în evidență faptul că, încă din tinerețe, poetul a citit pe clasicii antici, pe gânditorii moderni și pe contemporanii săi. Că știa, în profunzime, foarte multă filozofie, istorie, lingvistică, economie, drept etc. De aceea, orice investigație în complexa operă eminesciană trebuie să urmărească dimensiunile care-i asigură unitatea și originalitatea.

În acest context, pe bună dreptate, exegeții creației eminesciene au căutat să descopere sursele formării intelectuale ale poetului-gânditor. Și au descoperit că încă din perioada preuniversitară, și-a început activitatea de documentare, în biblioteca gimnazială din Cernăuți. Aici a putut consulta lucrări importante, fie în original, fie în traducere. Dar bazele formării lui Eminescu, în problematica justiției și dreptului, sunt create în timpul studiilor la Viena și Berlin. „La Universitatea din Viena, Eminescu se înscrie la Facultatea de Filosofie, unde frecventează cursurile lui Robert Zimmermann, Theodor Vogt, Karl Sigmund Barach-Rappaport. De asemenea, se „se înscrie în semestrul de iarnă 1871/1872 și în cel de vară 1872 la Facultatea de drept pe care o frecventa, tot acum, și Ion Slavici, cel mai apropiat prieten al său încă din anii studiilor universitare la Viena”⁶.

Meditațiile lui Eminescu asupra chestiunilor de drept nu sunt deloc întâmplătoare. Caracterul său onest și ambiția de luptător nu îl puteau situa în afara unor asemenea preocupări. Așa se și explică de ce în timpul studenției la Viena și Berlin audia cursurile unor mari juriști, precum Rudolf Ihering, Ludwig Ritter, Lorenz von Stein, Heinrich Dernburg ș.a. Dar preocuparea pentru studiul dreptului s-a menținut și după întoarcerea în țară unde, angajat în publicistică a luptat pentru ameliorarea situației Țărilor Române, nu numai în plan cultural, ci și în plan economic și juridic. Cert este că majoritatea reflecțiilor sale asupra problematicii dreptului sunt de o mare actualitate și în prezent. Oricum, sunt de o mare utilitate în formarea studenților care studiază dreptul. Aceasta este, de fapt, principala justificare a prezentei lucrări.

În structura acestei unități trebuie reliefată și contribuția lui Eminescu la filosofia dreptului. Câțiva pași, în acest sens, au fost deja făcuți. Am în vedere lucrarea „Valori etice în opera lui Eminescu”, semnată de C. Jorjescu și C. Petrescu (Editura Minerva, București, 1989), precum și antologia de scrieri cu conținut juridic în opera lui Mihai Eminescu, realizată de Eugeniu Safta-Romano, cel care îi face și un consistent studiu introductiv (Editura Junimea, Iași, 1994). Mai trebuie adăugat și studiul „Dreptatea și dreptul public în scrisul eminescian”, publicat de Barbu B. Berceanu, în Revista de filozofie, nr.3/1993.

Dar cercetarea contribuției pe care Eminescu o are la clarificarea problemelor teoretice și practice privind dreptul trebuie să fie continuată, cu mai multă îndrăzneală. Cu atât mai mult cu cât astăzi manuscrisele eminesciene sunt la îndemâna oricărui cercetător interesat de chestiune. Contactul cu manuscrisul 2286, filele 16-23, dedicat definirii dreptului, ori cu manuscrisul 2257, filele 196-208 și 216-217v, unde este analizat raportul statului cu dreptul constituie un argument încurajator, întrucât poate fi descoperită profunzimea și rafinamentul gândirii cu care poetul-cugetător abordează conceptele juridice. Dar asemenea descoperire poate fi făcută și consultând publicistica lui Eminescu. Ba chiar opera sa literară mustește de fulgurații cu trimitere la filozofie, morală și drept.

⁶ Eugeniu Safta-Romano, *Studiu introductiv*, la lucrarea Mihai Eminescu „Există dreptate?”, Editura Junimea, Iași, 1994, pp. 7-8

Dreptatea și dreptul în viziunea lui Eminescu

În timp, majoritatea cercetătorilor care s-au ocupat de gândirea social-politică eminesciană au insistat cu precădere asupra problematicii statului, tratând mai puțin mesajul reflecțiilor asupra dreptului și dreptății. Până și George Călinescu atunci când abordează problema dreptului în opera lui Eminescu insistă tot asupra chestiunilor privind statul, munca și morală. Mai mult, Călinescu exagerează și aici, cum face de obicei, atunci când vorbește de influența lui Schopenhauer asupra lui Eminescu. Nu trebuie să uităm că, referindu-se la filosofia lui Eminescu, marele critic și istoric al literaturii a afirmat că aceasta „este în esența ei o variantă, uneori și mai mult, un comentariu pe marginea filosofiei lui Schopenhauer”⁷. Se subînțelege că astăzi o asemenea poziție nu mai poate fi susținută.

Este adevărat că Eminescu, deși a audiat cursuri de drept, în timpul studenției, nu a intenționat să se specializeze în științele dreptului. Dar dorința lui permanentă, pentru cunoașterea și înțelegerea fenomenelor, stimulată de profunzimea și originalitatea gândirii explică importanța operei sale social-politice. Subliniind această importanță, Eugeniu Safta-Romano notează: „Surprind precizia folosirii noțiunilor juridice, subtilitatea argumentelor, corecta interpretare a unor texte de lege, ușurința cu care sunt tratați termenii juridici din cele mai diferite ramuri ale dreptului”⁸. Ideea este că, așa cum s-a aplecat asupra celorlalte domenii, Eminescu a studiat sistematic problematica științelor social-politice, inclusiv cele ale științelor juridice. El nu s-a mulțumit doar cu o simplă informare, ci a insistat pentru a înțelege și pentru a propune soluții temeinice la problemele practice legate de conceperea și aplicarea dreptului. Același Eugeniu Safta Romano notează: „poetul acordă spații ample definirii ideii de drept, esenței acestuia, originii statului, mecanismului justiției, conținutului legilor, modului de formare a proprietății cu toate drepturile care decurg din ea, neignorând nici problemele de drept constituțional sau de drept internațional”⁹. O dovadă, în acest sens, ne vine de la prietenul său Ion Slavici, student la drept, care recunoaște: „Pe când eu eram plin de pandecte, de canoane și de instituțiuni medievale, Eminescu era plin de filosofii de tot felul și dacă eu eram tare în materia mea, Eminescu era tare în argumentațiune și rămânea învingător chiar și atunci când discutam asupra dreptului, încât îmi rămânea totdeauna impresiunea că el nu *cunoaște* dreptul deopotrivă cu mine, dar îl *înțelege* mai bine și *judcă* în materie de drept mai sigur și mai bine ca mine”¹⁰. Opinia este confirmată, peste aproximativ un secol, de cercetările lui D. Vatamaniuc, care s-a simțit îndreptățit să afirme: „Eminescu interpretează problemele de drept cu un orizont mai larg decât al contemporanilor săi, deși nu se specializează în științele juridice”¹¹.

Din perspectiva filosofiei juridice, Eminescu acordă cea mai mare atenție problemei dreptului și problemei statului, în perspectiva doctrinei organiciste. „*Istorismul juridic eminescian* nu reprezintă un sistem de gândire elaborat și încheiat în toate articulațiile, dar constituie – în mod necontestat – o linie de gândire, un ansamblu de teme din registrul romantic întrepătrunse de idei cu certă nuanță organicistă și evoluționistă, având ca nucleu gândul că dreptul este creat de spiritul colectiv al poporului”¹².

⁷ George Călinescu, *Opera lui Mihai Eminescu*, volumul I, Editura Minerva, București, 1976, p. 559.

⁸ Eugeniu Safta-Romano, *op. cit.*, p. 6.

⁹ Eugeniu Safta-Romano, *op. cit.*, p. 7.

¹⁰ Ioan Slavici, în *Opere*, IX, *Memorialistica*, p. 610.

¹¹ D. Vatamaniuc, în vol. M. Eminescu, *Opere*, vol. IX, Editura Academiei Republicii Socialiste România, București, 1980, p. 529.

¹² C. Jornescu, C. Petrescu, *Valori etice în opera lui Eminescu*, Editura Minerva, București, 1989, p. 20.

Se știe că există o paletă largă de teorii care au încercat să explice originea statului și dreptului. Majoritatea acestor teorii au răsărit pe solul disputei dintre romantism și iluminism. „Iluminismul raționalist reprezintă concepția voluntarist-creaționistă despre lume și viață, iar romantismul istoric e doctrina organicist-evoluționistă, potrivit căreia nu se poate efectiv crea nimic prin intervenția rațiunii și voinței umane, totul trebuind să se conformeze unui proces de devenire, cu excluderea schimbărilor bruște. Instituțiile prezentului sunt – în concepția romantică – rezultatul unei îndelungi evoluții istorice, născute deci din tradițiile naționale, având adânci rădăcini în trecut. De aceea romantismul este considerat ca descoperitorul istoriei, fiind sinonim cu istorismul. Alături de caracteristicile amintite, ideile de organism și evoluție organică, de organicism, constituie poate cele mai însemnate elemente definitorii ale gândirii romantice”¹³.

Școala istorică a dreptului, apărută la sfârșitul secolului al XVIII-lea a cunoscut apogeul în prima jumătate a secolului următor, mai ales în Germania. Unul dintre principalii reprezentanți ai acestei școli a fost Friedrich Karl Von Savigny (1779-1831). Acesta a susținut ideea că dreptul, asemenea altor produse naturale specifice vieții umane, este o operă a naturii, un produs al timpului, care „nu este făcut, ci se face singur”, așa cum se dezvoltă o plantă. ”Savigny consideră că dreptul, asemenea limbii pe care o vorbim, asemenea literaturii și artei populare, reflectă cu fidelitate trecutul istoric al unui popor”¹⁴. Potrivit concepției promovate de școala istorică, orice popor are un spirit, un suflet al său, care se oglindește într-o serie de manifestări, precum arta, morala, limbajul, dreptul etc. Dreptul crește odată cu sufletul poporului și oglindește întreaga istorie a poporului.

Eminescu se situează, în felul său, pe această linie de gândire. „...Și popoarele dorm. În începutul instinctiv al vieții lor, ele trăiesc în stat natural asemenea albinelor, își crează instituții și un uz; ce ar trebui să le găsească bune dacă le-ar crea cu conștiința, ba care sunt din punctul lor de vedere mai raționale și mai bine-ntocmite decât legi și instituții create prin reflecție. Instituțiile cresc ca plantele, totul în ele e cuminte, fără ca mintea să fi jucat v-un rol la creșterea lor, instinctul sigur al naturii le-a creat bune și oamenii vegetează în acest organism viu, fără să-și dea seama ba fără să le vie-n minte cum ar putea fi altfel...Dar când se scriu legile? Când încep a deveni controversate, când naivitatea încetează, când uzul începe a fi privit ca formă goală și nu ca expresia spontană a unui înțeles, a unei trebuințe...”¹⁵.

Argumente privind opțiunea naturalistă și evoluționistă a lui Eminescu găsim și în alte texte din manuscrise ori din articolele de presă. Iată un exemplu din publicistică: „...Nu pe ales așadar sunt formele de guvern, nu expediente sunt, nu opera unor intențiuni premeditate, ci un produs organic al naturii, gingaș, ca toate produsele de soiul acesta; afacerea noastră e de-a cunoaște proprietățile lui naturale și nu de-a-i dicta noi legi, ci a ne adapta legilor care-i sunt înnăscute...”¹⁶. De altfel, concepția despre dezvoltarea organică, lentă și continuă a societății apare frecvent în gândirea social-politică eminesciană, care respinge importul necritic al instituțiilor și legilor străine. „Civilizația adevărată a unui popor consistă nu în adoptarea cu dereticata de legi, forme, instituții etichete, haine străine. Ea constă în dezvoltarea naturală, organică a propriilor puteri, a propriilor facultăți ale sale...; nu de traducerea de legi străine atârnă civilizația juridică, ci de perfecțiunea și completarea vechilor și propriilor începuturi de legislațiune și viață juridică”¹⁷.

¹³ C. Jorjescu, C. Petrescu, *op. cit.*, p. 21.

¹⁴ C. Jorjescu, C. Petrescu, *op. cit.*, p. 23.

¹⁵ M. Eminescu, *manuscrisul nr. 2257*, fila 216.

¹⁶ M. Eminescu, ziarul *Timpul*, din 1 aprilie 1882.

¹⁷ M. Eminescu, ziarul *Timpul*, din 25 octombrie 1881

În perimetrul *fenomenologiei* dreptului, Eminescu a subliniat, cu insistență, asupra necesității de asigurare a legitimității tuturor normelor de drept, astfel încât acestea să aibă nu numai juridicitate, ci și justețe, respectiv să fie fundamentate pe validitate socială și pe încărcătura lor morală. Iar juridicitatea trebuie legată de solul istoriei și de spiritualitatea națională.

Deși nu a edificat o ontologie juridică sistematică, Eminescu aduce argumente profunde, bazate pe raționamente imbatabile, cu premise istorice și organiciste, privind formarea dreptului. Cu referire la această chestiune, unii comentatori sugerează o apropiere a lui Eminescu de R. Ihering, pe care l-a avut profesor la Universitatea din Viena.

R. Ihering a fost influențat, la începutul formației sale de reprezentanții școlii istorice a dreptului. Mai apoi însă, deși va rămâne în cadrul acestui mare curent, va adopta o poziție proprie. Această poziție a fost expusă în mai multe lucrări, dintre care mai importante sunt *Lupta pentru drept*, publicată în anul 1872 și *Scopul în drept*, la care a lucrat în perioada 1877-1883, dar care a rămas neterminată. Urmându-l pe Jeremi Bentham, Ihering va susține că *scopul dreptului* este cultivarea plăcerii și evitarea durerii, adică protecția intereselor. Dar, spre deosebire de Bentham, care pledează pentru individualism, Ihering combate individualismul. El va susține că indivizii trebuie să se supună regulilor sociale. Lucrarea *Lupta pentru drept*, de mici dimensiuni, conține textul revăzut și adăugit al unei conferințe pe care Ihering a adresat-o societății juriștilor din Viena în anul 1872. Ideea fundamentală a lucrării este aceea că persoana umană, pentru a se autoconserva, trebuie să lupte pentru a-și apăra bunurile sale. De aici consecința că persoana umană trebuie să lupte pentru justiție, să lupte pentru drept. Folosind cuvintele gânditorului german, aflăm: „Fără această luptă sau, mai bine zis, fără această rezistență pe care trebuie să o opună in justiției, dreptul s-ar fi negat pe sine însuși. Atâta timp cât dreptul va fi indispensabil legat de in justiție – și asta va dăinui atâta timp cât va exista și lumea – el nu va fi cruțat de luptă. Prin urmare, lupta nu este ceva străin dreptului, din contră este legată în mod inseparabil de ființa acestuia, este un element al conceptului de drept...De aceea Justiția ține într-o mână balanța, cu care cântărește dreptatea și în cealaltă mână sabia, cu care ea o apără. Sabia fără balanță este forța brutală, iar balanța fără sabie reprezintă neputința dreptului. Una nu poate exista fără cealaltă și o ordine juridică desăvârșită stăpânește numai acolo unde forța cu care Justiția folosește sabia este egală cu îndemânarea cu care ea mânuiește balanța”¹⁸. De unde rezultă că, în viziunea gânditorului german, lupta pentru justiție este atât o problemă prin care oamenii trebuie să-și slujească propriile interese, cât și o problemă de responsabilitate socială.

Prin argumentații de acest gen, Ihering ajunge la următoarea concluzie: „*Statul care vrea să fie respectat în plan extern și să rămână bine consolidat în plan intern, nu are valoare mai mare de protejat și de cultivat, decât sentimentul național de dreptate*”¹⁹.

Desigur că asemenea idei nu au rămas fără urmări în conturarea gândirii lui Eminescu. Astfel, meditănd asupra izvoarelor materiale ale dreptului, în articolele sale, el scrie: „Legile și instituțiile nu sunt decât expresia aceluia instinct de conservățiune al popoarelor în sute de forme deosebite, căci un popor, ca societate organizată prin natură contra agenților destructori ai naturii, are a se lupta ici cu arșița, dincolo cu apa mării, acolo cu nefertilitatea pământului, acolo iar cu invaziuni repetate, și având toate același scop adică conservarea existenței proprii, popoarele se folosesc pentru ajungerea lui de cele mai deosebite mijloace”²⁰.

¹⁸ Rudolf von Ihering, *Lupta pentru drept*, Editura All Beck, București, 2002, p. 2.

¹⁹ Rudolf von Ihering, *op. cit.*, p. 47.

²⁰ M. Eminescu, *Opere*, II, Ediție îngrijită de Ion Crețu, București, Editura „Cultura Românească”, 1938, p. 355.

Meritul lui Eminescu derivă din faptul că a înțeles, a susținut și a argumentat adevărul că dreptul își trage seva din social și național. Pentru el, realitățile neamului, de natură economică, politică, morală, psihologică etc., constituiau solul din care trebuie să se nutrească sistemul nostru de drept. Linia sa de gândire se situează în perspectiva largă a istorismului juridic. Concret, în viziunea lui Eminescu, dreptul existent într-un stat, are caracter istoric și este configurat de istoria poporului respectiv. În plus, poetul-cugetător intuiește și virtuțile formative ale dreptului.

Teoria eminesciană asupra statului

Eminescu se dovedește original și prin teoria sa asupra statului. Fapt explicabil, întrucât statul, văzut ca instituție politico-juridică, ocupă un loc central în meditațiile sale. Putem adăuga la explicație și interesul deosebit pe care poetul-cugetător l-a manifestat, în permanență, pentru viața social-politică. „Starea sa generală de spirit, esențialmente istorică, i-a format un anume chip de a gândi, organicist și naturalist, impregnându-i întreaga viziune despre geneza, esența funcțiile, menirea, organizarea și conducerea statului”²¹.

Mai departe, autorii mai sus citați stabilesc și filiațiile urmate de Eminescu în discutarea problematicii statului. „Concepția eminesciană despre originea statului descinde din filosofia hegeliană, de la Montesquieu și din sfera teoriilor sociologice germane despre stat, precum și din doctrina fiziocrată a Dr. Quesnay, considerându-l un organism istoric viu ce se dezvoltă treptat, în faze succesive, după legi proprii. Imanetismul hegelian și organicismul formează pilonii concepției eminesciene despre originea și esența statului”²². Cu o opinie interesantă vine și Vasile Gherasim: „După Eminescu cea mai înaltă misiune a statului, ar fi să „împartă dreptate” și această supremă dreptate, ar fi, „munca egală pentru toți, ținând seama de calitățile fiecăruia. Fiecare să tindă ca prin munca sa să îndemne pe ceilalți la munca”²³.

Pe de altă parte, Theodor Codreanu, atrage atenția asupra faptului că, pentru a înțelege originalitatea acestei concepții concepția asupra statului, trebuie avute în vedere, cu precădere, programul filosofiei practice eminesciene. „Teoria statului își dezvăluie sensurile numai în ansamblul ontologiei secunde eminesciene, aflându-se în raport direct cu celelalte chestiuni: apriorismul ideologic, teleologia muncii, arheitatea popoarelor, golul etnic etc. Numai într-un asemenea ansamblu se va limpezi originalitatea lui Eminescu pe fondul comun al gândirii europene”²⁴. Și, pentru a evita o confuzie, Theodor Codreanu ne avertizează că trebuie să facem distincția „între *statul natural* ca utopie, *statul natural* ca explicație a genezei statului și, în fine, *statul organic* ca opțiune eminesciană, perfect argumentată științific și filosofic”²⁵. Fără distincția clară a acestor sintagme se creează posibilitatea greșelii de a crede că Eminescu a fost un gânditor utopic. Exemplul pe care îl dă Theodor Codreanu este cel al lui Sorin Antohi. Acesta, într-un studiu intitulat „Utopia lui Eminescu”, ajunge la următoarea concluzie: „Ceea ce pare indubitabil, este firul subteran care îl leagă pe Eminescu de utopism: utopia regresivă cu toate trimerile ei la tradițiile preutopice (Paradisul, Vârsta de Aur etc.), ucronia, fiziocratismul și întreaga argumentație organicistă, utopia etnopedagogică și lingvistică, toate acestea pot fi susținute, în cazul lui Eminescu, fără a forța – o sper fără spaima blasfemiei – spiritul textelor sale”²⁶. Dar despre

²¹ C. Jorjescu, C. Petrescu, *op. cit.*, p. 54.

²² C. Jorjescu, C. Petrescu, *op. cit.*, p. 54.

²³ Vasile Gherasim, *op. cit.*, p. 198.

²⁴ Theodor Codreanu, *op. cit.*, p. 115.

²⁵ Theodor Codreanu, *op. cit.*, p. 115.

²⁶ Sorin Antohi, *Utopia lui Eminescu*, în volumul *Eminescu – sens, timp și devenire istorică*, îngrijit de Gh. Buzatu, Șt. Lemny și I. Saizu, Editura Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași, 1988, p. 977.

utopismul gândirii eminesciene vorbește și un mai tânăr cercetător, care ar fi trebuit să țină cont de explicația lui Theodor Codreanu. Mă refer la universitarul băcăuan Adrian Jicu, cel care apreciindu-l pe Sorin Antohi, scrie: „Utopismul gândirii eminesciene poate fi abordat pe două paliere: unul tematic și celălalt pragmatic”²⁷. Aceasta în condițiile în care, cum se știe, Eminescu respingea cu îndârjire utopiile.

Dar cred că mai bine este să aflăm ce spunea chiar Eminescu în legătura cu esența statului. Aflăm astfel, într-un articol din 1878, că statul „este un product al naturii și nu al instituțiilor convenționale și, precum un om poate fi bolnav având ideile cele mai sublime în cap, tot așa nici sănătatea sau trăinicia unui stat nu atârână de la legile scrise pe care le are. Un stat poate fi sănătos și trainic cu instituțiuni barbare, un altul putred cu toate instituțiunile lui frumoase, încât toate laudele ce se aduc misiunii, scrise pe hârtie, nu ne încălzesc pe noi”²⁸. Iar peste jumătate de an, în același ziar, adaugă: „Maniera noastră de-a vedea e pe deplin modernă: pentru noi statul e un obiect al naturii care trebuie studiat în mod individual, cu istoria, cu obiceiurile, cu rasa, cu natura teritoriului său, toate acestea deosebite și neatârânănd câtuși de puțin de la liberul arbitru al indivizilor din care, într-un moment dat, se compune societatea. De aceea, dacă tendințele și ideile noastre se pot numi reacționare, epitet cu care ne gratifică adversarii noștri, această reacțiune noi n-o admitem decât în înțelesul pe care i-l dă fiziologia, reacțiunea unui corp capabil de a redeveni sănătos contra influențelor stricacioase a elementelor străine introduse înlăuntru său”²⁹.

Pentru înțelegere trebuie să revenim la separația propusă de Theodor Codreanu, între statul natural ca utopie, statul natural ca explicație a genezei statului și, în fine, statul organic ca opțiune eminesciană. Eminescologul pleacă de la convingerea că „o utopie nu-i altceva decât o idee ruptă de arheitate”³⁰. Ceea ce nu e cazul la Eminescu. De unde rezultă că întradevăr Eminescu face trecerea de la statul natural la statul organic, dar nu pe varianta utopică. Potrivit concepției lui Theodor Codreanu, „teoria compensației dă seamă asupra ideii de *stat organic* la Eminescu, având ca temei *instituirea teleologică a muncii*, singura cale prin care o națiune devine creatoare de civilizație și cultură originale”³¹. Și, mai departe, eminescologul actualizează chestiunea: „În limbaj actual, statul organic își suprapune aria semantică peste conceptul *statului de drept*...statul organic e *altceva* decât natural. Statul organic este saltul din natură în istorie, iar statul demagogic – regresul din istorie în semibarbarie”³².

Convingerea lui Eminescu era aceea că toate teoriile, care pornesc de la principii umanitare generale, ignorând natura statului, sfârșesc în demagogie. Și, pentru a se face înțeles, în ce privește natura statului, folosește adesea, ca imagine arhetipală, aceea a stupului de albine. „Știe că trebuie pornit de la un principiu, iar arheul, ca *punct de purcedere*, trebuie să cunoască ipostaza prin care umanul se distanțează de treapta animală și vegetală. Așadar, teza că statul este „product al naturii”, deși are aceleași rădăcini ontologice ca și „statul albinelor”, nu e totuna cu acesta din urmă. Recurge, firește, la alt tip de dialectică decât cel hegelian, dar ideea *saltului calitativ* nu-l ocolește”³³.

²⁷ Adrian-Gelu Jicu, *Coordonate ale identității naționale în publicistica lui Mihai Eminescu*, Editura Muzeului Național al Literaturii Române, București, 2013, p. 214.

²⁸ M. Eminescu, „Timpul”, 22 decembrie 1878.

²⁹ M. Eminescu, „Timpul”, 17 august 1879.

³⁰ Theodor Codreanu, *op. cit.*, p. 115.

³¹ Theodor Codreanu, *op. cit.*, p. 150.

³² Theodor Codreanu, *op. cit.*, pp. 150-151.

³³ Theodor Codreanu, *op. cit.*, pp. 120-121.

Metaforic vorbind, Th. Codreanu susține că Eminescu pune destinul lumii „într-o inimă de om”, adică acordă importanță covârșitoare energiilor individuale. „Dar omul trebuie să-și biruie propria „cădere în lume” *reamintindu-și* originile, păstrând memoria lui Archaeus”³⁴. În caz contrar, demagogia invadează societatea. Se instaurează statul demagogic, pătura superpusă și toate efectele însoțitoare. Soluția? Instituirea teleologică a muncii, în cadrul unui stat organic.

Concluzii

Ipoteza de la care am plecat, potrivit căreia Mihai Eminescu a avut contribuții importante și în problematica filosofiei dreptului se confirmă. Puternica sa conștiință justițiară l-a determinat să mediteze îndelung asupra tuturor temelor legate de viața social - politică. A făcut-o însă într-un mod temeinic și coerent. Mai întâi, meditând pe cont propriu asupra ființei, a asumat *arheul* ca principiu explicativ și s-a plasat pe „culmile gândirii filosofice moderne”³⁵. Altfel spus, el s-a situat deasupra dilemei filosofiei europene tradiționale. A intuit o explicație ontologică generală, de la care a plecat pentru a infiripa și o filosofie practică. Pe scurt, „Eminescu încearcă să interpreteze istoria filosofiei din interiorul propriei ontologii, căci metafora *embrionului* sau cea a *ghindei* substituie arheul. Poetul surprinde, în desfășurarea lor, diferite *-isme*, fără a se declara partizanul nici unuia. Oricum, nu se considera nici „elefant” (materialist), nici „călugăriță” (idealist). Și-atunci revine întrebarea dacă arheul este materie sau spirit? Nici una, nici alta sau și una, și alta. Arheul este *Ce este*, ființa însăși în generalitatea ei, *Sein și Dasein*”³⁶.

Pentru o valorizare a concepției eminesciene, în sensul arătat mai sus, pledează și juristul Barbu B. Brezianu: „Întâlnim la Mihai Eminescu toate ipostazele de concepere a dreptului și dreptății. Și cred că tocmai acest evantai de căutări ale spiritului uman, comune nouă tuturor, e ceea ce avem de reținut în primul rând din gândirea lui – numai apoi opțiunile, legate în mod necesar de vremea lui, de națiunea lui, de poziția lui în societate. El mai mult a gândit decât a rezolvat. O gândire mai dificil de desprins din formulări poetice sau din patimile ce se sfâșiau pe baricadele ziaristicii, o gândire în care s-a reflectat o intensă cultură, inclusiv cea primită din partea unor juriști de renume, o gândire în care s-a reflectat o sensibilitate ieșită din comun, exprimată cu stăpânirea limbii române”³⁷. În scrierile sale, articole publicate ori texte rămase în manuscris, sunt făcute referiri la toți factorii care concură la configurarea dreptului, respectiv factorul uman, cadrul social-politic și mediul natural. Explicațiile reliefează rolul fiecăruia, dar și modul în care acești factori relaționează între ei, aducând influențe de o natură sau alta.

³⁴ Theodor Codreanu, *op. cit.*, p. 130.

³⁵ Theodor Codreanu, *op. cit.*, p. 11.

³⁶ Theodor Codreanu, *op. cit.*, pp. 14-15

³⁷ Barbu B. Brezianu, *Dreptatea și dreptul public în scrisul eminescian*, în *Revista de filozofie*, nr. 3/1993, p. 310.

FISCALITATEA ROMÂNIEI ÎN CONTEXTUL EUROPEAN

*Pădurean Elena, dr.,
Pădurean Alexandru, drd.,
Academia Română*

Under the current conditions, in which challenges created by financial crisis, with deep implications in the economies of Member States of the European Union, taxation can and should become a pry bar to support economic stability and relaunch.

Fiscal policy, both at the European level, as well as at the level of the country, has experienced major changes anchored in reality, but may also be taken a series of measures that will lead to strengthening of stability and economic sustainability.

Key words: *European taxation, automatic fiscal stabilisers, discretionary fiscal policy, economic sustainability.*

Clasificație JEL: E62

Politica de impozitare practică, de o țară sau alta, face ca aceasta să devină sau nu interesantă pentru investitori.

Cota unică de impozitare, 16%, ar putea face din România o țară atractivă pentru investitorii străini, însă realitatea demonstrează că nu este suficient acest lucru. Lipsa de predictibilitate în politica fiscală, incoerențele și inconsistențele din practica fiscală, au făcut ca investitorii să aleagă alte variante.

Trebuie menționat faptul că așteptările de la cota unică au fost mari, dar nu s-au regăsit în acumulările de la bugetul de stat. După cum observăm în tabelul 1, după introducerea cotei unice din anul 2005, veniturile au avut o creștere numai în următorii doi ani.

Tabelul 1. Venituri la BGC și la Bugetul de stat

VENITURI	Anul	Mil. lei	(%)
Venit total al bugetului general consolidat	2006	111320,6	100,0000
	2007	136058,0	100,0000
	2008	189682,3	100,0000
	2009	194320,5	100,0000
	2010	214608,3	100,0000
Venit bugetar al bugetului de stat	2006	40698,1	36,5594
	2007	48984,6	36,0027
	2008	61030,2	32,1750
	2009	54678,3	28,1382
	2010	68050,7	31,7093

Sursa: execuția bugetului general consolidat, Ministerul Finanțelor Publice

Persoanele cu venituri mici și medii sunt supuse unei impozitări și unor contribuții la asigurările sociale, în mod disproporționat, deoarece contribuțiile se plătesc pe întregul venit. Sunt state ale Uniunii Europene în care există un prag minim de venit, sub care nu se încasează nici un

impozit și nici o contribuție de către stat. Sarcina fiscală este redusă doar pentru contribuabilii cu venituri mari, situație diferită față de majoritatea statelor din Europa occidentală.

Impozitarea muncii (costul forței de muncă) a rămas destul de ridicată, ceea ce a constituit un factor puternic descurajator, mai ales pentru companiile care aspiră către angajați de înaltă calificare, cu expertiza cărora să găsească soluții de relansare economică.

Tabelul 2. Raportul impozite indirecte/impozite directe în bugetul general consolidat

Denumire indicatorilor	Raportul impozite indirecte/impozite directe în bugetul de stat	2005	2006	2007	2008	2009	2010
BUGETUL GENERAL CONSOLIDAT							
Venituri ale bugetului general consolidat	mld €	20,19	30,35	38,09	44,66	36,96	42,46
Venituri fiscale	mld €	14,44	25,26	32,22	36,47	30,25	33,34
Impozite directe	mld €	8,34	4,38	9,11	21,68	18,48	21,21
- impozit pe profit	mld €	1,8	2,25	3,16	3,54	2,8	3,75
- impozit pe venit	mld €	1,84	2,77	4,31	4,99	4,38	4,84
- contribuții sociale	mld €	4,7	9,36	11,64	13,15	11,3	12,62
Impozite indirecte	mld €	6,1	10,88	13,11	14,79	11,77	12,13
- TVA și accize	mld €	6,1	10,88	13,11	14,79	11,77	12,13
Venituri nefiscale	mld €	0,81	2,05	2,43	4,48	3,51	4,37
Alte venituri	mld €	4,94	3,04	3,44	3,71	3,19	4,75
- donații	mld €	0,01	0,54	0,86	0,77	0,7	0,63
- alte venituri	mld €	4,93	2,5	2,58	2,94	2,49	4,12
Raportul impozite indirecte/impozite directe în bugetul general consolidat							
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
	RAPORT Impozite indirecte/ Impozite directe	0,7314	0,7566	0,6860	0,6821	0,6369	0,5719
	RAPORT Impozite indirecte/ Impozite directe, ca procent	73,14	75,66	68,60	68,22	63,69	57,19

Sursa: execuția bugetului general consolidat, Ministerul Finanțelor Publice

Dacă vom aprecia fiscalitatea prin indicatorul de *presiune fiscală*, vom putea lesne să observăm că rezultatele conduc la o concluzie interesantă – mult așteptata relaxare fiscală a întârziat să apară.

Tabel 3. Presiunea fiscală brută la nivelul bugetului general consolidat

- **Formulă de calcul**

- **Explicații ale notației :**

- veniturile fiscale brute totale la nivelul bugetului general consolidat, la momentul (anul) „i”
- PIB nominal în momentul (anul) „i”

Anul	(mld €)	(mld €)	
2005	20,19	79,75	0,25
2006	30,35	95,30	0,32
2007	38,09	117,10	0,33
2008	44,66	133,9	0,33
2009	36,96	119,3	0,31
2010	42,46	148,09	0,29

Sursa: Ministerul Finanțelor publice, Eurostat

Tabel 4. Presiunea fiscală netă la nivelul bugetului general consolidat

- **Formulă de calcul**

- **Explicații ale notației :**

- cheltuieli publice de natură administrativă (cheltuieli non-economice) totale la nivelul bugetului general consolidat, la momentul (anul) „i”
- PIB nominal în momentul (anul) „i”

Anul	(mld €)	(mld €)	(mld €)	
2005	20,19	79,75	10,38	0,12
2006	30,35	95,30	13,11	0,18
2007	38,09	117,10	18,31	0,17
2008	44,66	133,9	21,07	0,18
2009	36,96	119,3	19,12	0,15
2010	42,46	148,09	24,68	0,12

Sursa: Ministerul Finanțelor publice, Eurostat

Este de remarcat că media cotelor maxime de impozitare pentru statele din nordul Europei, se situează la un nivel de aproximativ 36%. Pentru vestul Europei, se înregistrează o medie de 16,7%, iar pentru Europa de est, se înregistrează cea mai mică medie - 16,7%, situație generată de cotele mici de impozitare din această parte a Europei.

Tabelul 5. Niveluri de impozitare

Țara	Nivelul impozitării
Insula Sruba (Caraibe)	58,59%
Austria	50%
Belgia	50%
Danemarca	55,4%
Japonia	50%
Marea Britanie	50%
Olanda	55%
Suedia	56,6%
Senegal	50%

Marea Britanie își propune o reducere a impozitării de până la 50%, din aprilie anul acesta, însă, pe ansamblu s-a putut observa o creștere a mărimii impozitării. Acest trend este o consecință a neputinței de redresare economic și de creștere alarmantă a nivelului datoriei publice.

În acest context al fiscalității internaționale, putem face câteva propuneri:

1. Revenirea la impozitarea progresivă, impozitare care ar funcționa ca și stabilizator fiscal automat. Singurele state (din sud-estul Europei) care au păstrat acest tip de impozitare sunt Polonia și Ucraina;
2. Introducerea unor cote de impozitare mai ridicate, pentru veniturile foarte mari;
3. Introducerea unor impozite cu caracter temporar, în situațiile de deficite bugetare majore. Susținătoarele acestui demers sunt Franța și Spania;
4. O reevaluare a politicii de cheltuieli bugetare;
5. Îmbunătățirea sistemului de colectare;
6. Alinierea sistemelor fiscale naționale la politica fiscală a Uniunii Europene, ținându-se, în anumite situații, cont de realitățile particulare ale fiecărui stat.

Bibliografie:

1. Rapoartele Ministerului Finanțelor Publice
2. Eurostat
3. „Starea Financiară a României”, proiect al CCFM „Victor Slăvescu”

ECHIVALENȚA RICARDIANĂ ȘI „URMA” FISCALITĂȚII ÎN COMPORTAMENTUL ECONOMIC

*Dinga Emil, dr., prof. univ.,
Academia Română*

The paper aspires to examine the institutional and behavioural conditions in which the well known ricardian equivalence works ad, based on, to introduce and analyze the concept of the „fiscality trace” within the economic behaviour. The research has a theoretical nature and uses the concepts of anticipations (rational and adaptive), remanence, hysteresis and inertia. The background taken into consideration is the „cultural ground” inside which all these conceptual means interact. The paper has also as one of its end to discuss the more general question of the equivalence behaviours in the economic phenomenology.

Key words: *ricardian equivalence, anticipations, hysteresis, economic behaviour, „fiscality trace”.*

Clasificare JEL: *A14, B40, D84*

1. Introducere

Comportamentul economic este generat, în liniile sale fundamentale, de interesul economic. Interesul economic este acel tip de intenționalitate³⁸ care este justificat de stringența unei nevoi economice³⁹. Comportamentul economic poate fi definit ca ansamblul actelor⁴⁰, la nivelul individului (sau al unui grup social oarecare, dacă se poate identifica un „curent” comportamental, un pattern relativ omogen al acestuia⁴¹), orientate spre un scop economic, adică spre satisfacerea unei nevoi economice. Nevoia economică satisfăcută sau dezirabil a fi satisfăcută prin comportamentul economic, nu trebuie să fie evidentă, adică nu trebuie să fie în proximitatea actului/actelor economic(e), ci ea poate să fie pusă în evidență printr-o analiză de ultimă instanță (de exemplu, cineva care cumpără un titlu de creanță nu are în vedere satisfacerea imediată a unei nevoi economice, ci satisfacerea sa mediată, deseori într-un orizont de timp sau într-un lanț causal relativ extins). În ceea ce privește conceptul de comportament economic, mă interesează să discut următoarele cinci probleme:

- a. care este structura cauzalității comportamentului economic?
- b. care este structura cauzalității comportamentului economic de tip fiscal?
- c. care este mecanismul de generare a unui pattern (model) în comportamentul fiscal?

³⁸ Consider conceptul de *intenționalitate* în accepțiunea sa husserliană, de orientare, propensiune, „fixare a privirii” (adică a efortului de percepție sau de înțelegere) asupra a ceva (obiect, fenomen, proces). Desigur, în cazul prezentului material, „ținta” intenționalității va fi considerată a fi o entitate exterioară și nu una interioară (care ar ține, în acest ultim caz, de sinele subiectului analizat).

³⁹ Voi înțelege prin *nevoie economică* o necesitate (în sensul logic al termenului, adică o situație imperativă) care condiționează existența biologică a individului. Fiind o nevoie economică, ea este conectată la caracterul social al ființei umane, deci se poate adăuga că nevoia economică trimite nu numai la condiționarea existenței biologice a individului, ci și la condiționarea existenței biologice a grupului social (indiferent de nivelul de agregare a acestuia).

⁴⁰ *Actul* reprezintă o obiectivare (exteriorizare însoțită de producerea unei schimbări în mediu) a unei intenționalități.

⁴¹ De exemplu, sectoarele instituționale, din cadrul sistemului conturilor naționale, sunt stabilite pe baza identificării unui asemenea *pattern* comportamental (aceeași sursă a venitului, respectiv aceleași funcții îndeplinite în procesul economic).

- d. care este „plasticitatea”, respectiv, rigiditatea pattern-ului comportamentului fiscal?
- e. există un invariant în comportamentul fiscal, adică se formează o așa-numită „urmă” a fiscalității în economie?

2. Opinii

(a) *Structura cauzalității comportamentului economic*

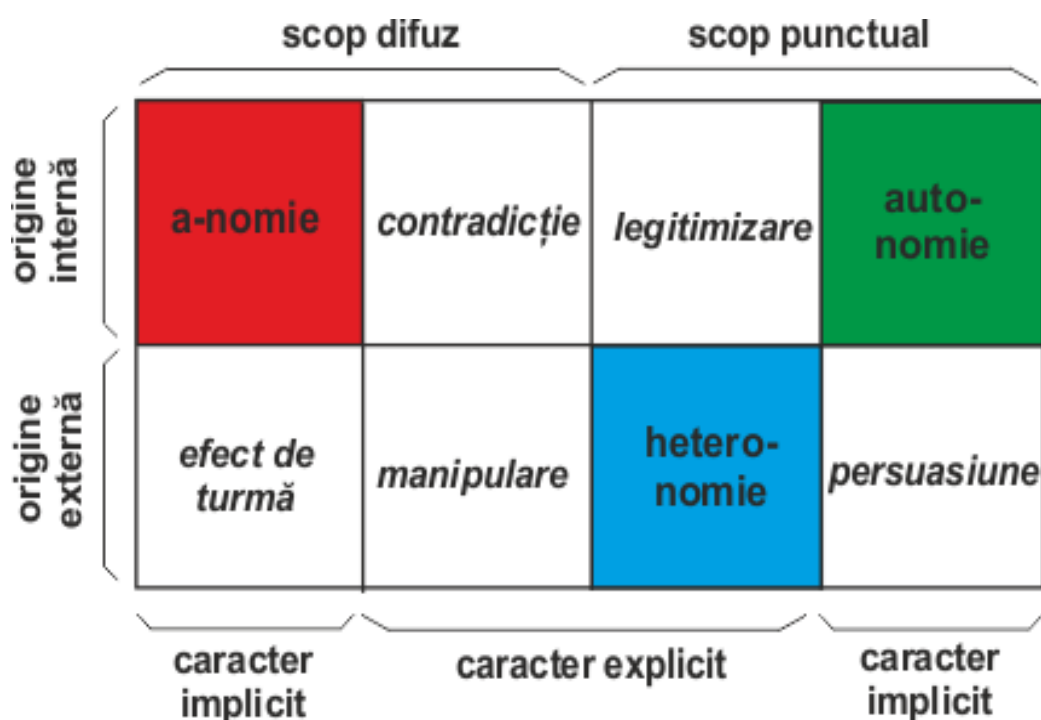
Voi spune, de la început, că comportamentul economic nu este un comportament înnăscut. Se ridică, totuși, aici, problema instinctului de conservare a individului (relativ la menținerea integrității sale fizice și, mai ales, relativ la menținerea sa în viață) care, aparent, stă în relație de cauzalitate cu comportamentul economic, astfel cum a fost definit acesta mai sus. În legătură cu acest aspect, punctul meu de vedere este că instinctul de conservare trebuie eliminat din lista cauzelor care generează comportamentul economic, deoarece comportamentul economic este un comportament de tip cultural, în timp ce actul/actele care sunt legate de manifestarea instinctului de conservare a individului reprezintă un comportament de tip natural. Să ne amintim că am definit comportamentul economic ca fiind o obiectivare a unei intenționalități, or intenționalitatea (care implică scopul, deci conștiința) ține de cultural, nu de natural. În acest context, propensiunea irepresibilă a copiilor abia născuți pentru a se hrăni trebuie considerată ca situându-se în afara sferei economicului (la fel cum se situează comportamentul ființelor non-culturale – animalele sau plantele – care se hrănesc), deoarece aceștia nu-și fixează, anterior actului de hrănire, scopul de a se hrăni (până la o anumită vârstă, pe care o cunosc biologii și psihologii, nou-născuții nu dețin conștiință). Așadar, consider că, în ceea ce privește conceptul de comportament economic, el este de sorginte culturală. Așa stând lucrurile, voi căuta să elucidez structura de cauzalitate. Cred că pot fi identificate trei componente ale acestei structuri de cauzalitate:

- i. o cauzalitate *a-nomică*: este o cauzalitate bazată pe oportunism, deci care nu se supune nici unei norme; există, desigur, un scop în baza căruia se desfășoară comportamentul economic, dar acest scop este difuz, generic și nu unul punctual. Ca urmare, și intenționalitatea implicată de acest tip de scop este una difuză, neprecipitată. Totuși, scopul există, în esența sa, altfel nu am putea vorbi despre comportament economic⁴².
- ii. o cauzalitate *auto-nomică*: este o cauzalitate bazată pe norme implicite auto-impuse (auto-reglementare); de exemplu, principiile morale reprezintă o specie de cauzalitate auto-nomică. Cauzalitatea auto-nomică stă la baza comportamentului economic de conformare legitimă, în baza faptului că normele/regulile sunt emanații proprii, deci fac parte, prin însuși faptul „emiterii” lor, din matricea axiologică de comportament economic a individului (și/sau a grupului de apartenență a acestuia).
- iii. o cauzalitate *hetero-nomică*: este o cauzalitate bazată pe norme explicite impuse din exterior (hetero-reglementare); de exemplu: regulile unui cod deontologic în afaceri sau regulile codului penal generează o asemenea cauzalitate hetero-nomică. Tot aici se încadrează regulile impuse de părinții copiilor aflați sub vârsta răspunderii legale (deseori, desigur, și celor care depășesc această vârstă!) sau regulile rezultate din coduri non-juridice cu caracter universal (cum ar fi așa-numitele cărți sfinte pentru credincioși:

⁴² Ființele non-culturale (animale, plante, ciuperci) au un comportament (dar nu un comportament economic!) exclusiv oportunista (chiar și ambuscadele pe care le organizează unele dintre ele – atât animale, cât și plante – sunt generate tot instinctual, pe baza repetării cazurilor asemănătoare: memoria nu implică conștiința, deși reciprocă este adevărată).

Biblia, Tora-Talmud⁴³ -ul, Coran-ul etc.). Cauzalitatea hetero-nomică stă la baza comportamentului economic de conformare legală⁴⁴.

O sistematizare logică a celor trei tipuri de cauzalitate privind comportamentul economic poate fi următoarea:



Desigur, cele trei componente ale sistemului causal ale comportamentului economic nu au granițe rigide între ele. În acest sens, din punct de vedere al istoriei (atât la nivelul individului, cât și, mai ales, la nivelul grupului social, în speță, la nivelul societății) se produc următoarele procese:

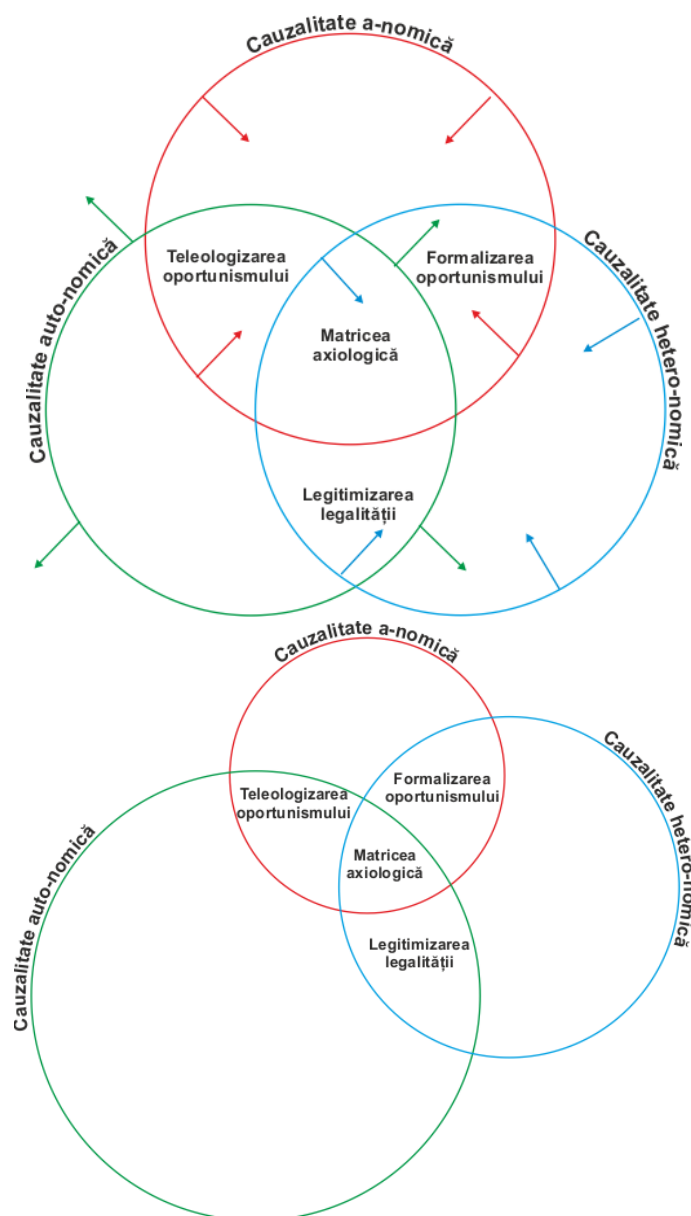
- 1) restrângerea sferei cauzalității a-nomice: această restrângere este generată de creșterea gradului de conștientizare, individuală sau la nivel social⁴⁵ și are, după părerea mea, un caracter necesar;
- 2) extinderea sferei cauzalității auto-nomice, atât pe seama restrângerii cauzalității a-nomice, cât și pe seama restrângerii cauzalității hetero-nomice; această extindere are, după părerea mea, un caracter contingent;
- 3) restrângerea sferei cauzalității hetero-nomice, pe măsura dezvoltării caracterului democratic al grupurilor sociale, în speță al societății în ansamblu; această restrângere are, de asemenea, un caracter contingent.

Dacă restrângerea sferei cauzalității a-nomice are un caracter necesar și, aș spune, unul absolut (sfera cauzalității se restrânge prin dispariția efectivă și definitivă a unor elemente ale acestui tip de cauzalitate), extinderea sferei cauzalității auto-nomice, concomitent cu restrângerea sferei cauzalității hetero-nomice, are un caracter relativ: cele două procese concomitente au loc, în cea mai mare parte, prin trecerea unor elemente din sfera cauzalității hetero-nomice în sfera cauzalității auto-nomice. Acest fenomen este unul de internalizare a normelor externe, sau de legitimare a legalității.

⁴³ În ebraică, Talmud înseamnă chiar învățare, educație.

⁴⁴ NU e nevoie să insist asupra distincției cruciale între conformare legitimă și conformare legală la norme.

⁴⁵ Să nu se înțeleagă, cumva, de aici, că pledez pentru existența unei conștiințe sociale sau, chiar mai rău, pentru existența unei conștiințe sociale.



(b) Structura cauzalității comportamentului economic de tip fiscal

Pentru a identifica specia cauzalității comportamentului economic de tip fiscal în cadrul genului cauzalității comportamentului economic, voi stabili predicatul de suficiență ale cauzalității comportamentului economic de tip fiscal. Consider că ele sunt următoarele cinci:

- *origine: externă*. Comportamentul fiscal este generat de cauze externe în raport cu individul sau grupul social considerat. Nici chiar din perspectiva economiei sociale nu putem admite auto-normări de tip fiscal ale structurii de economie socială, deoarece fiscalitatea este asociată producerii și distribuției de bunuri publice⁴⁶, iar structurile de economie socială produc, în mod evident, bunuri și servicii private⁴⁷. Așadar, autoritatea normativă în domeniul comportamentului fiscal nu poate fi decât o autoritate care are responsabilitatea producerii și distribuirii de bunuri publice (venitul fiscal nu este decât un

⁴⁶ Resping anticipat o eventuală obiecție care s-ar putea aduce aici și anume aceea care ar pretinde că voluntariatul livrează bunuri și/sau servicii în mod gratuit (deci fără intermedierea pieței, adică în mod analog celui în care sunt livrate bunurile publice), spunând că, în cazul în speță, nu se verifică un predicat de suficiență foarte important al bunurilor publice: cel al non-exclusivității.

⁴⁷ Se poate pune, desigur, problema activității benevole (voluntariat) care livrează bunuri și/sau servicii în mod gratuit, deci în mod analog celui în care sunt livrate bunurile publice, dar obiectivul materialului de față nu include o asemenea discuție detaliată.

„preț” al producerii și distribuirii de bunuri publice, preț care nu se mai formează pe baza raportului cerere/ofertă decât într-o mică măsură și, în orice caz, într-o manieră indirectă);

- *formă: explicită (formalizată)*. Cauzalitatea comportamentului fiscal este formalizată. Acest predicat asigură atât publicitatea acestei cauzalități (este faimos un principiu juridic care spune că nu te poți apăra cu necunoașterea legii), cât și omogenitatea adresabilității: orice individ care este „eligibil” ca subiect al unei anumite norme fiscale va trebui să respecte exact aceeași normă ca orice alt individ „eligibil” ca subiect al normei în cauză;
- *natură: discreționară*. Deși norma fiscală este emisă de o autoritate investită cu această prerogativă de indivizii care sunt subiecți (destinatari) ai normei în cauză, asigurându-se, în felul acesta, o auto-normare sui-generis⁴⁸, ea apare și funcționează ca un imperativ care pare întotdeauna insuficient de justificat din perspectiva subiecților. În acest sens, norma fiscală poartă cu ea o natură discreționară⁴⁹;
- *intenționalitate: venitul public*. „Ținta” normării cauzalității în cazul comportamentului fiscal este aceea de a asigura încasarea⁵⁰ veniturilor publice necesare furnizării (producție și distribuție) bunurilor publice.
- *scop: punctual*. Așa cum s-a arătat la predicatul de suficiență anterior, în cazul cauzalității privind comportamentul fiscal, scopul este precizat, deci este un scop punctual, nu difuz, conform tipologiei utilizate anterior.

Așadar, în cazul comportamentului fiscal, avem de-a face cu o cauzalitate hetero-nomă, care este specificată, în plus, de încă două predicate de suficiență (prin acestea se diferențiază, de fapt, cauzalitatea în comportamentul fiscal de cauzalitate în domeniul economic): natura discreționară și intenționalitatea concentrată pe venitul public.

(c) Mecanismul de generare a unui pattern (model) în comportamentul fiscal

Prin pattern de comportament vom înțelege o mulțime de comportamente (adică de acte) orientate în mod convergent către un scop comun și care se caracterizează prin următoarele patru predicate de suficiență:

⁴⁸ Din această perspectivă, dacă aș duce consecințele logice până la extrem, ar rezulta că, într-o societate autentic democratică (în care nu se produc nici un fel de înstrăinări sau falii între autoritatea publică și poporul suveran care a delegat puterea de decizie acelei autorități publice) nu ar exista cauzalitate hetero-nomică pentru nici un tip de comportament, inclusiv pentru comportamentul fiscal. Această concluzie merge, totuși, prea departe, deoarece investirea autorității publice cu puterea de a decide pentru popor este o investire pur politică. Normarea presupune, în plus față de investirea politică, expertiză care, conform logicii sale interne, poate intra în contradicție cu voința generică a poporului (de exemplu, într-o situație de război, guvernul poate decide anumite rechiziționări de bunuri sau venituri, ceea ce este evident împotriva cel puțin a unei părți a populației afectate de această decizie; totuși, decizia este rațională din perspectiva logicii experților birocrați). Aici rezidă necesitatea logică a predicatului de suficiență, numit natură discreționară a cauzalității comportamentului fiscal.

⁴⁹ A nu se confunda natura discreționară a normei fiscale, cu funcționarea discreționară a ei. Deși, în majoritatea cazurilor, natura discreționară și funcționarea discreționară a normei fiscale coexistă, sunt și situații în care natura discreționară este însoțită de o funcționare non-discreționară (de exemplu, în cazul stabilizatorilor fiscali automați, deși, natura normei este discreționară – stabilizatorii fiscali automați sunt introduși în mod explicit și programatic –, funcționarea lor este non-discreționară – ei sunt activați fără vreo decizie din partea autorității fiscale sau guvernamentale). Există, dar în afara domeniului fiscal, și stabilizatori automați care sunt non-discreționari atât ca natură, cât și ca funcționare: de exemplu, cursul de schimb, într-un regim de curs de schimb flotant liber (**NB**: în România avem un regim al cursului de schimb flotant administrat).

⁵⁰ Un stat responsabil va lua măsuri (adică va norma) nu doar încasarea veniturilor publice (care se constituie, astfel, în așa-numitele obligații bugetare ale indivizilor, organizațiilor etc.), ci și, mai ales, pentru crearea condițiilor instituționale de creare a substanței economice care reprezintă obiectul prelevărilor bugetare. De exemplu, aceasta este rațiunea economică pentru care se plătește ajutor de șomaj, deși, în mod nemijlocit, nici guvernul, nici restul populației (care este ocupată) nu au nici o vină pentru starea de șomaj a unor indivizi.

- sunt *convergente*⁵¹: comportamentele (actele) vizează un scop comun (în cazul discutat aici, conformarea la normativitatea fiscală);
- sunt *internalizate*: aceasta înseamnă că sunt supuse unei cauzalități auto-nomice⁵² (generate de oricare dintre cele trei surse posibile, așa cum s-a arătat anterior, ale cauzalității auto-nomice: de teleologizare a oportunistului, de auto-normare, de interiorizarea axiologică a cauzalității hetero-nomice); cu alte cuvinte, hetero-norme care nu sunt, încă, internalizate, adică nu sunt, încă, legitimize din punct de vedere axiologic, nu constituie generatori de pattern-uri de comportament⁵³;
- sunt *persistente*: actele care compun un pattern de comportament se caracterizează printr-o stabilitate ridicată sau printr-o inerție care le fac să fie persistente, în sensul că se produc pe o durată semnificativă de timp fără a suferi modificări care să le altereze identitatea⁵⁴. Aceasta face ca un pattern de comportament să funcționeze ca o „fizionomie” comportamentală recognoscibilă pe o durată relevantă din perspectiva analizei⁵⁵;
- sunt *pro-ciclice*: actele care compun un pattern de comportament trebuie să se poată întreține tocmai prin obiectivarea lor. Cu alte cuvinte, pattern-ul de comportament are propriul „cod genetic” care îi permite să se „reproducă”. Pro-ciclicitatea nu se confundă cu persistența, deoarece dacă persistența suportă un proces de „uzură”, această uzură este „amortizată” tocmai de caracterul pro-ciclic al pattern-ului.

Pe baza acestui concept al pattern-ului comportamental, în general, voi proceda acum la particularizarea acestuia pentru a obține un model generativ pentru pattern-ul comportamentului fiscal.

Norma fiscală este la nivelul percepției (deci nu la nivelul examinării raționale) o normă „ostilă”. Într-adevăr, norma fiscală reduce atât averea, cât și puterea de cumpărare a individului. În acest sens, individul percepe norma fiscală ca pe un atentat la bunăstarea sa dobândită prin merit (efort, competență, asumare de riscuri, tenacitate, renunțări etc.). Având în vedere această percepție⁵⁶, canalul de internalizare a normei fiscale (deci canalul prin care cauzalitatea hetero-nomică se transformă în cauzalitate auto-nomică) este blocat. În această situație, formarea unui pattern al comportamentului fiscal, așa cum a fost definit anterior, este imposibilă. Și atunci, care este soluția? Soluția constă în faptul că norma fiscală (de altfel, orice normă prescriptivă) este însoțită de o sancțiune pentru nerespectarea (eludarea, încălcarea) ei. Din punct de vedere logic,

⁵¹ Convergența implică și alte două posibile relații reciproce între comportamentele (actele) care formează pattern-ul și anume: a) complementaritatea; b) substituibilitatea. Atât complementaritatea cât și substituibilitatea se caracterizează, desigur, prin rate specifice (rate de complementare, respectiv rate de substituire) care pot fi decelate doar printr-o analiză contextuală și printr-un abstractă, așa cum este cea pe care o propun aici.

⁵² Voi discuta, mai jos, și modalitățile standard de internalizare, care dau o imagine mai precisă asupra conceptului de pattern de comportament.

⁵³ Din punct de vedere conceptual, se poate discuta și problema existenței unor pattern-uri de comportament generate fie de hetero-norme, fie de o combinație funcțională de auto-norme și hetero-norme, dar opinia mea este că, astfel, se diluează foarte mult însuși conceptul de pattern. Cu toate acestea, cercetări suplimentare ar putea identifica, descrie și numi un concept care să fie generat în felul alternativ sugerat în această notă (în prezentul material ignor o asemenea posibilă dezvoltare).

⁵⁴ Din punct de vedere logic, identitatea este condiționată de persistență, deși mai suportă și alte condiționări.

⁵⁵ De exemplu, teoriile behavioriste se concentrează aproape exclusiv pe aceste pattern-uri de comportament, atunci când realizează analize, evaluări sau chiar când fac predicții în domeniile economic, social sau psihologic, ignorând, în mod programatic, cauzalitatea care generează sau menține aceste pattern-uri.

⁵⁶ Chiar dacă, la nivel rațional, norma fiscală este acceptată (să luăm exemplul unui membru al instituției legislative care emite norma în cauză și, deci, care se va supune ulterior acesteia – prezumăm că face acest lucru în baza unui model de raționalitate pe care și-l asumă), la nivelul percepției ea este rejectată. Teoria economică, în ciuda unor încercări notabile, nu a depășit cu mult stadiul unor modelări simpliste ale raționalității economice, bazate pe o mecanică socială, deci neintegrând percepția, care este cu mult mai relevantă pentru comportamentul economic decât raționamentul logic (vezi, aici, simplistul model homo oeconomicus).

sanctiunea reprezintă un cost în sarcina individului care nu se conformează normei. Dacă mărimea costului pentru neconformare la normă este mai mare decât costul conformării la normă, atunci individul va alege (de data aceasta, în mod rațional, prin calculul costului de oportunitate) să se conformeze normei. Întrucât, din punct de vedere practic, lucrurile sunt ceva mai complicate, voi face câteva notații care-mi vor permite să fiu mai explicit:

- C^+ : costul conformării voluntare la normă (se referă la mărimea monetară a prelevării din avere, din venit, din profit etc., la dispoziția autorității fiscale, așa cum stipulează norma);
- C^- : costul neconformării voluntare la normă (se referă la mărimea monetară a prelevării din avere, din venit, din profit etc., la dispoziția autorității fiscale, așa cum stabilește sancțiunea⁵⁷ din normă);
- p_i^S : probabilitatea subiectivă⁵⁸ (așa cum o stabilește individul) ca inspectorul fiscal să descopere (să identifice) neconformarea voluntară la normă;
- p_e^S : probabilitatea subiectivă ca individul care a fost identificat că nu s-a conformat normei fiscale să fie obligat să plătească sancțiunea prevăzută de normă (fie pe cale administrativă, fie pe cale judiciară).

Atunci condiția de echilibru (de indecizie) a subiectului în cauză este: $C^+ = C^- \cdot p_i^S \cdot p_e^S$

- a. dacă $C^+ < C^- \cdot p_i^S \cdot p_e^S$: individul se va conforma normei și, în consecință, va internaliza norma hetero-nomică, introducând-o în pattern-ul său de comportament fiscal;
- b. $C^+ > C^- \cdot p_i^S \cdot p_e^S$: individul nu se va conforma normei și, în consecință, nu va internaliza norma hetero-nomică în pattern-ul său de comportament fiscal;
- c. $C^+ = C^- \cdot p_i^S \cdot p_e^S$: individul se află într-o situație indecidabilă, deci va trebui să ia în calcul alți factori, posibil non-monetari (de exemplu, prestigiul social) pentru a face alegerea de comportament.

Putem calcula valoarea minimă a sancțiunii care ar asigura conformarea voluntară la norma fiscală. Dacă notăm cu C_{min}^- această valoare minimă, ea este dată de relația: $C_{min}^- = \frac{C^+}{p_i^S \cdot p_e^S}$. Prin urmare legiuitorul va stabili $C^- \geq C_{min}^-$.

Chestiunea corupției⁵⁹ se referă la plata inspectorului fiscal așa încât acesta să se prefacă a nu fi identificată non-conformarea la norma fiscală. Să notăm cu ΔC^- mărimea sumei plătite pentru coruperea inspectorului guvernamental. Să notăm suma maxim acceptabilă, pentru un subiect dat, pentru coruperea inspectorului fiscal, așa încât alegerea subiectului să fie, încă, neconformarea la respectarea normei fiscale. Această sumă se va calcula astfel: $\Delta \tilde{C}^- \leq C^+ - C^- \cdot p_i^S \cdot p_e^S$. Cu alte cuvinte, dacă se achită un cost al coruperii inspectorului fiscal egal cu $\Delta \tilde{C}^-$, se verifică, în

⁵⁷ Nu este important, pentru discuția de față, să dezvoltăm mai mult structura sancțiunii înseși, dar trebuie reținut că sancțiunea va cuprinde atât recuperarea sumei datorate cu titlu de obligație bugetară, cât și amenzi contravenționale (dacă nu este cazul unei fapte penale) pentru neconformare voluntară, precum și penalități datorate ca urmare a întârzierii plății obligației bugetare față de momentul în care aceasta a devenit, conform normei, exigibilă.

⁵⁸ Precizez faptul că probabilitatea subiectivă este probabilitatea bazată pe anticipații (sau pe așteptări) ale subiectului și nu are nimic de-a face cu probabilitățile uzuale folosite în modelarea economică, și care sunt probabilități obiective (bazate pe frecvențe înregistrate în trecut și extrapolate, cu anumite precauții metodologice, pentru viitor; ele pot fi extrapolate și pentru un trecut aflat în...trecutul trecutului în care s-au înregistrat frecvențele în cauză).

⁵⁹ Este o problemă deschisă aceea dacă despre corupție putem vorbi doar în legătură cu banul public sau putem folosi termenul și pentru cazul banului privat. Sunt argumente și pentru o poziție și pentru cealaltă. Cred, totuși, că o dezbatere care să elucideze chestiunea (pe care o eludez în materialul de față) ar trebui să ia în calcul două criterii de bază: a) conținutul conceptului de corupție; b) consecințele economice ale corupției.

continuare condiția de alegere: $C^+ > C^- \cdot p_i^s \cdot p_e^s + \Delta\tilde{C}^-$. Dacă, din rațiuni pur formale vom nota $\alpha = \frac{\Delta\tilde{C}^-}{C^-}$, atunci condiția de alegere devine: $C^+ > C^-(p_i^s \cdot p_e^s + \alpha)$.

(d) „Plasticitatea” pattern-ului comportamentului fiscal (PCF)

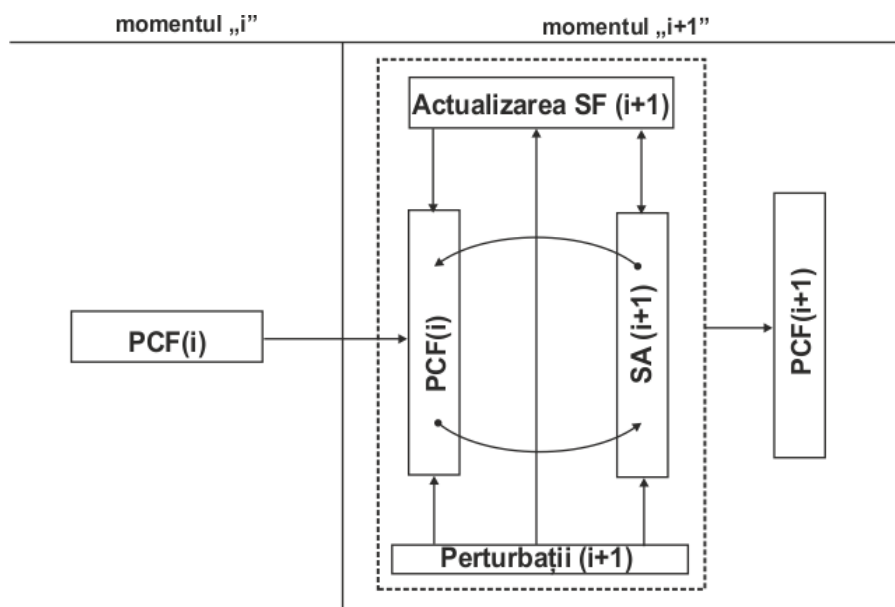
Am menționat mai sus faptul că un pattern de comportament fiscal trebuie să se caracterizeze printr-o anumită persistență și pro-ciclicitate. De fapt, aceste două caracteristici asigură identitatea pattern-ului în cauză, permițând atât recognoscibilitatea lui, în timp și spațiu, cât și anumite predicții sau anticipații raționale asupra comportamentului fiscal. În paragraful de față aș dori să discut limitele de plasticitate⁶⁰ ale pattern-ului comportamentului fiscal. Voi pune în discuție următoarele aspecte: (1) factori formatori ai PCF; (2) factori perturbatori ai PCF; 3) limitele plasticității PFC.

- (1) Cred că factorii formatori al PFC sunt de două categorii: (1.a) *factori cauzali*: considerați ca factori activi; (1.b) *factori integrativi*: considerați ca factori pasivi. Factorii cauzali sunt reprezentați, desigur, de actualizările schemei fiscale (SF)⁶¹, iar factorii integrativi sunt reprezentați de: (1.a.1) valorile generale ale subiectului (sau schema sa axiologică - SA), respectiv de (1.a.2) PCF la momentul activării factorilor cauzali. Așadar, formarea unui PCF depinde, concomitent, de factorii cauzali și de factorii integrativi. De fapt, factorii integrativi reprezintă grila de „recepție” a influenței factorilor cauzali: unele dintre aceste influențe vor fi acceptate (vor fi integrate în PCF) altele vor fi respinse. Evident, cele care vor fi acceptate intră în noua „ediție” a PCF. Această posibilitate de actualizare a PCF (trecerea sa de la „ediția i” la „ediția i+1”) reprezintă tocmai plasticitatea PCF. Plasticitatea PCF este, așadar, proprietatea acestuia de a-și modifica structura (vom discuta mai jos limitele acestei modificări)⁶².
- (2) Factorii perturbatori ai PCF se referă la factorii care au potențialul de a exercita influențe asupra PCF. Din punct de vedere conceptual, factorii perturbatori se comportă atât ca factori formatori activi (exercită presiuni de schimbare asupra PCF, într-un mod activ), cât și ca factori formatori pasivi (diminuează, mărește sau deformează acțiunea factorilor formatori activi, într-un mod pasiv, ca un filtru). Lista factorilor perturbatori ai PCF are un puternic caracter contextual, ei depind, în mod crucial, atât de condițiile structurale ale sistemului în cauză (nivelul de dezvoltare economică și instituțională, tipul moralei împărtășite de societatea în cauză), cât și de condițiile conjuncturale, periodice sau singulare (crize financiare sau economice, crize politice, militare etc.).

⁶⁰ Prin plasticitate (a unui obiect sau proces) înțeleg un potențial de modificare între anumite limite, așa încât încă se menține identitatea aceluși obiect sau proces. În alți termeni, plasticitatea este o măsură a inerțialității.

⁶¹ Prin schemă fiscală înțeleg totalitatea normelor fiscale existente la un moment dat într-un sistem economic delimitat (de exemplu, într-o economie națională). Prin actualizare înțeleg trei procese alternative: 1) eliminare; 2) introducere; 3) modificare.

⁶² Problema, încă neclarificată (nici în științele naturii, nici în sociologie sau în psihologie), a primatului funcției asupra structurii sau invers, nu va fi dezbătută în acest material, deși merită, desigur, o atenție foarte mare, mai ales din perspectiva lămuririi posibilității principiale a predicției în domeniul social (în speță, în domeniul economic).



- (3) Limitele plasticității PCF reprezintă repere teoretice și metodologice foarte importante, îndeosebi din perspectiva planificării actualizării schemei fiscale. În esență, oricărei schimbări preconizate a schemei fiscale ar trebui să i se asocieze un coeficient de risc de nelegitimizare, care să se refere la inerția PCF cu privire la acea schimbare preconizată a schemei fiscale. De exemplu, dacă se preconizează o variație a schemei fiscale care stabilește TVA zero la vânzările de carne de porc într-o societate de religie musulmană, această normă nu va fi internalizată din cauza schemei axiologice. La fel, introducerea unui sistem de impozitare progresivă asupra venitului personal nu va fi internalizată de persoanele cu venituri mari care vor considera că este nedrept să se sancționeze meritul etc. Desigur că stabilirea sau identificarea limitelor plasticității PCF ne conduce la conceptul de prag. Prin prag înțelegem o valoare a presiunii de schimbare exercitată asupra unui sistem la care sistemul în cauză își modifică structura iar, prin aceasta, își modifică funcționarea (care poate însemna modificarea funcțiilor, modificarea rolului, modificarea ieșirilor etc.)⁶³. Pragul reprezintă, așadar, o graniță care, o dată depășită, conduce la alterarea identității unui PCF, ceea ce înseamnă că avem de-a face cu alt PCF. Schema axiologică se „opune” atingerii pragului de alterare a identității PCF dar, în anumite condiții, acest prag este atins, totuși. Aceasta este o problemă care trimite la studiul inerțialității unui sistem (în cazul de față, a unui sistem „tridimensional”: psihologic, instituțional, sociologic).

(e) „Urma” fiscalității în economie

Pe baza celor discutate anterior, pot acum să introduc conceptul de „urmă” a fiscalității în economie. La prima vedere, sintagma „urma fiscalității în economie” ar trimite la examinarea sistemului economic ca atare, într-o încercare de a decela caracteristicile pe care fiscalitatea (modificarea schemei fiscale, în terminologia din materialul de față) le imprimă sistemului economic în sine. Voi argumenta că nu acesta este obiectivul meu, ci el este acela al decelării caracteristicilor pe care o modificare a schemei fiscale le generează asupra PCF. Desigur, acest

⁶³ În teoria sistemelor cibernetice, funcționalitatea unui sistem se referă la output-urile sale, în timp ce funcționarea structurii sale interne poartă numele de comportament. În materialul de față mă interesează mai ales comportamentul (cel fiscal, în speță) dar este evident, în același timp, că funcționalitatea și comportamentul sunt corelate cauzal.

lucru nu înseamnă că, în timp, modificarea schemei fiscale nu produce schimbări în structura și funcțiile sistemului economic ca întreg, doar că aceste schimbări se produc prin intermediul unui vehicul. Acest vehicul este tocmai comportamentul fiscal al subiecților economici. Nici o normă fiscală nu se adresează sistemului economic ca atare, orice normă fiscală se adresează subiecților economici. Deși este adevărat că, în majoritatea cazurilor, normele fiscale aspiră să conducă la modificări structurale și funcționale în sistemul economic însuși, aceste obiective nu pot fi atinse decât prin intermediul schimbărilor din PCF. În consecință, prin „urma” fiscalității în economie voi înțelege modificarea PCF ca urmare a unei variații în schema fiscală. În conformitate cu cele expuse deja, în PCF nu intră nici o modificare decât cu condiția ca ea să fie internalizată. Dar ce se întâmplă în cazurile în care subiecții economici respectă o anumită normă fiscală din considerente de calcul⁶⁴ și nu prin internalizarea sau legitimizarea ei (de exemplu, în cazul în care costul de oportunitate al nerespectării normei este mai mare decât costul de oportunitate al respectării ei)? Aici trebuie să decidem ce reprezintă acest comportament „din calcul”. În opinia mea, acest comportament nu trebuie să intre în PCF din mai multe motive: a) se încalcă predicatul de suficiență al caracterului intern al normei fiscale respectate⁶⁵; b) nu va avea caracteristica de persistență, care este specifică doar schemelor axiologice (adică, doar normelor de comportament fiscal internalizate, deci legitimize); c) modificarea externă a schemei fiscale poate avea o frecvență deseori foarte ridicată (de exemplu, în perioade de tranziție rapidă a societății sau în perioade de ieșire a economiei dintr-o criză cu caracteristici atipice⁶⁶), ceea ce face ca un PCF care ar cuprinde și aceste norme fiscale care sunt respectate din calcul să fie foarte volatil. Un asemenea concept nu ar mai avea nici o valoare teoretică și cu atât mai puțin metodologică. Așadar, pe baza acestor argumente, reiterez poziția conform căreia PCF cuprinde doar norme fiscale internalizate, deci legitimize.

Prin urmare, prin „urma” fiscalității în economie înțeleg, în principiu, ansamblul modificărilor în PCF, între limitele de menținere a identității acestuia, oricum ar fi definite și măsurate aceste limite (praguri: un prag inferior – podea și un prag superior – plafon⁶⁷). Rezultă imediat că fac distincție clară între impactul fiscalității în economie și „urma” fiscalității în economie, în sensul că „urma” fiscalității în economie este o specie a genului numit impactul fiscalității în economie. Mai precis, impactul fiscalității în economie cuprinde atât „urma” fiscalității în economie, cât și impactul generat de modificarea schemei fiscale care nu este internalizat în PCF, și anume acel impact care conduce la comportamente fiscale „din calcul”. Nu exclud, desigur ca, în timp, și sub influența și a altor factori sau fenomene economice, sociale sau instituționale din afara fiscalității, între impactul fiscalității și „urma” fiscalității să aibă loc treceri în ambele sensuri (adică avem și aici o anumită plasticitate⁶⁸).

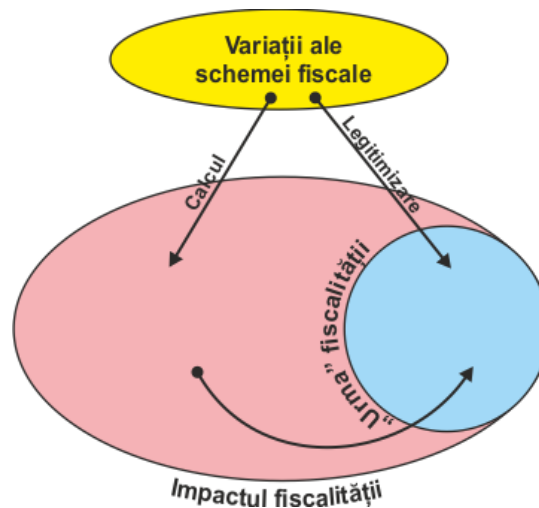
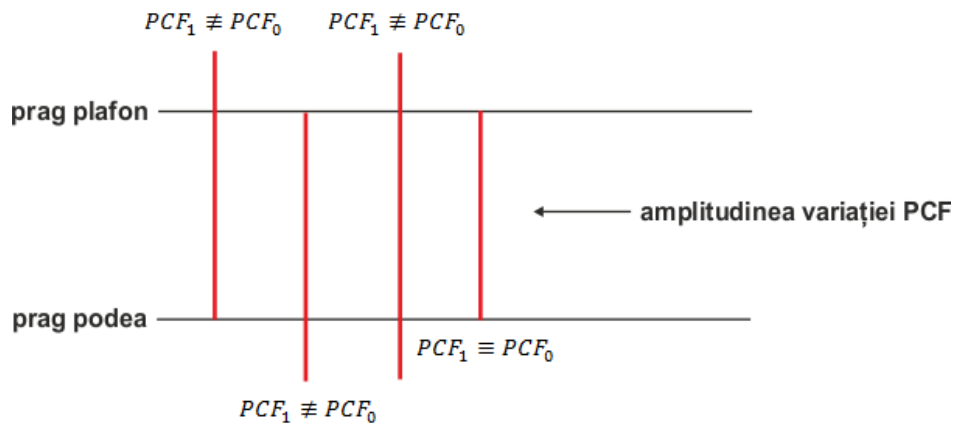
⁶⁴ Cunoscutul deconstructivist Jacques Derrida spunea că libertatea începe acolo unde se termină calculul (desigur, putem folosi un proxy pentru conceptul de libertate, acest proxy ar putea fi liberul arbitru).

⁶⁵ Desigur, aici s-ar putea obiecta că introducerea acestui predicat de suficiență este o decizie arbitrară și că, prin eliminarea lui, s-ar putea, pur și simplu, ajunge la o altă definiție a PCF. Contra-argumentul meu la această obiecție prezumtivă este că, deși este, desigur, posibil să se definească și în acest mod alternativ conceptul de PCF, sunt multe alte argumente care indică nerelevanța și nefaibilitatea unui asemenea concept alternativ.

⁶⁶ Prin caracteristici atipice înțeleg caracteristici care nu pot fi găsite și examinate într-o arhivă a acestor caracteristici.

⁶⁷ Echivalenții în limba engleză sunt: *floor*, respectiv *ceiling*.

⁶⁸ Pentru cei interesați de topologia economică, aceste plasticități la care m-am referit pe parcursul acestui material ar putea constitui puncte de plecare pentru studii separate.



Bibliografie:

1. Agenor, P.R. (2004). *The Economics of Adjustment and Growth*. Second edition, Harvard University Press, Cambridge.
2. Chand, Sheetal (1992). *Fiscal Impulses and Their Fiscal Impact*. IMF Working Paper nr. 38.
3. Dinga, E. (2012). *Rebuilding Economics. A Logical, Epistemological, and Methodological Approach*. Lambert Academic Publishing, Saarbrucken, Germany, chapter 11 „The fiscal impulse in a monetary economy”, pp.331-354.
4. Schinasi, Garry J., Lutz, Mark (1991). *Fiscal Impulse*. IMF Working Paper nr. 91.

КОНЦЕПЦИИ ПРИБЫЛИ И ИХ СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

*Анисян Грайр, к. э. н., науч. сотр.,
Институт экономики им. М. Котаняна НАН РА, Армения*

In conditions of market and fierce competition, generated by financial crisis, profit is considered to be the source of vital activity of the organizations, due to which funding of their current (operational), financial and investment activities is provided.

Historically, the category of the "profit" is associated with the category of "capital". Considering classical approaches to the capital, it would be better to highlight the most important tasks facing the State and business entities, solution of which allows to increase the profitable part of the capital-profit, to develop the business, to strengthen economic and fiscal capacity of the subject, and as a consequence, of the State.

Key words: *economic and accounting approaches, profit, profits taxation.*

Приращение капитала и прибыли способствует росту налоговой базы и увеличению поступающих в бюджет налоговых платежей. Эта выгодная с макроэкономических и микроэкономических позиций проблема имеет множество теоретических и методических направлений, не обеспеченных в достаточной степени для реализации их на практике разработками в области учета и отчетности, анализа влияния рисков на величину капитала и прибыли.

Экономические и бухгалтерские подходы к содержанию категории "прибыль" явились основной для развития многочисленных теоретических направлений прибыли и различных методик ее определения. Различия, которые можно встретить в экономической литературе, касаются не только определений, но и содержания понятий, данных экономической, бухгалтерской (балансовой), налоговой прибыли, алгоритмов их исчисления, критериев классификации, отношения к другим ключевым показателям экономического развития организаций, например, к капиталу.

Классическая финансовая концепция капитала, которая нашла отражение в международных стандартах финансовой отчетности (МСФО), как одна из основополагающих концепций, раскрывает взаимосвязь капитала с денежными потоками. В свою очередь, чистый денежный поток отражает показатель прибыли, полученной организацией по результатам своей деятельности в отчетном периоде. Эта взаимосвязь особенно важна для обоснования новых направлений теорий бухгалтерского учета, предметом которого в настоящее время современные ученые признают "капитал", "движение капитала".

Новое видение бухгалтерского учета и трансформация бухгалтерских и налоговых категорий, объясняющих содержание прибыли, дополняется и взаимообусловлено различиями бухгалтерской прибыли и налоговой. Методической и правовой обеспеченности отражения в отчетности этих различий, их причин, природы, влияния рисков в отечественной науке недостаточно для того, чтобы удовлетворить потребности не только управления организациями, но и всех заинтересованных пользователей бухгалтерской, финансовой и налоговой отчетности.

Значимой проблемой для развития теории учета и налогообложения прибыли является институциональный подход, позволяющий выделить отдельные концептуальные положения прибыли, акцентирующие внимание на роли социальных институтов в экономическом развитии хозяйствующего субъекта. Эта проблема требует глубокого изучения применительно не столько к организациям отдельной отрасли, сколько к методологии учета и налогообложения прибыли.

Прибыль является одной из самых сложных категорий рыночной экономики. Оценку ее содержания можно встретить в специальной и экономической литературе в разных формах, как: дохода от конкретных видов деятельности; доход предпринимателя, вложившего свой капитал в бизнес; выраженный в денежной форме показатель вложенного капитала; полученный доход; понесенные затраты и др. Прибыль отражает выраженный в денежной форме чистый доход на вложенный капитал, представляющий собой вознаграждение за риск осуществляемой предпринимательской деятельности, исчисленный в виде разницы между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности.

Следует отметить, что с развитием теории прибыли в истории учетной науки менялись подходы экономистов к определению главной цели управления прибылью. В генезисе этой проблемы можно выделить три основных подхода.

Первый подход, основанный на исследованиях классиков экономической теории А. Смита, Дж. С. Милля и их последователей С. Франка, М. Туган-Барановского, В. Дмитриева. В качестве главной цели хозяйственной деятельности предприятия сторонники этого подхода выделяли максимизацию прибыли, полагая, что максимизация прибыли отдельного субъекта хозяйствования приведет к максимизации всего общественного благосостояния. Впервые теория была четко сформулирована в 1938 году французским экономистом А. Курно и затем развита в работах представителей неоклассической школы. Реализация этой цели обеспечивалась путем достижения равенства показателей предельного дохода и предельных затрат предприятия.

Впоследствии такая формулировка главной цели хозяйственной деятельности предприятия критиковалась многими экономистами. Было доказано, что максимизация прибыли далеко не всегда обеспечивает необходимые темпы экономического развития предприятия. Полученная высокая по сумме и уровню прибыль может быть полностью израсходована на цели текущего потребления. Предприятие, работающее эффективно, может быть лишено основного источника формирования собственных финансовых ресурсов для своего будущего развития. Неразвивающееся предприятие в этом случае, как известно, утрачивает достигнутую конкурентную позицию на рынке, сокращает потенциал приращения собственного капитала за счет внутренних источников и снижает свою рыночную стоимость.

Высокий уровень прибыли предприятия может достигаться при высоком уровне предпринимательского риска, генерирующего угрозу банкротства. Поэтому в рыночных условиях максимизация прибыли должна выступать как одна из важнейших задач хозяйственной деятельности предприятия, или как критерий оценки эффективности отдельных видов его операций, но не как главная цель управления прибылью.

Второй подход многие экономисты связывают с теорией устойчивого экономического роста. Эта теория главной целью хозяйственной деятельности выдвигает обеспечение финансового равновесия предприятия в процессе его развития, что обеспечивает

длительное бескризисное развитие предприятия и поступательное расширение объема его хозяйственной деятельности. Такая цель хозяйственной деятельности предприятия минимизирует уровень предпринимательских рисков, но не позволяет реализовать в полной мере все резервы роста ее рентабельности. Кроме того, механизм реализации этой цели недостаточно связан с колебаниями конъюнктуры финансового и товарного рынков, которые изменяют параметры условий формирования прибыли конкретного предприятия при заданных темпах его экономического развития. В связи с изложенным, достижение и поддержание финансового равновесия не может рассматриваться как главная цель хозяйственной деятельности предприятия, хотя и является одной из важных задач управления прибылью.

Третий подход основан на современной экономической теории. В качестве главной цели хозяйственной деятельности предприятие выдвигает обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия. Это находит конкретное выражение в максимизации рыночной стоимости предприятия. Такое мнение разделяется почти всеми современными теоретиками в области управления прибылью, поскольку при таком подходе наилучшим образом реализуются финансовые интересы владельцев предприятия. В этой главной цели получают отражение факторы времени, доходности и риска, что является более полным отражением мотивации хозяйственной деятельности предприятия.

Поэтому целью управления прибылью следует считать обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Такая цель призвана обеспечивать одновременно гармонизацию интересов собственников с интересами государства и персонала предприятия.

Исходя из этой главной цели, система управления прибылью призвана решать следующие основные задачи:

1. Максимизация размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре. Эта задача реализуется путем оптимизации состава ресурсов предприятия и обеспечения их эффективного использования. Отметим, что основными естественными ограничителями размера прибыли выступают максимально возможный уровень использования ресурсного потенциала и сложившаяся конъюнктура товарного и финансового рынков.

2. Достижение оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска. Между названными показателями существует прямо пропорциональная связь. С учетом отношения менеджеров к хозяйственным рискам формируется допустимый их уровень, определяющий агрессивную, умеренную (компромиссную) или консервативную политику осуществления тех или иных видов деятельности или проведения отдельных хозяйственных операций. Исходя из заданного уровня риска в процессе управления должен быть максимизирован соответствующий ему уровень прибыли.

3. Обеспечение высокого качества формируемой прибыли. В процессе формирования прибыли должны быть реализованы в первую очередь резервы ее роста за счет операционной деятельности и реального инвестирования, обеспечивающие основу перспективного развития предприятия. В рамках операционной деятельности основное внимание должно быть уделено обеспечению роста прибыли за счет расширения объема выпуска продукции и освоения новых перспективных ее видов.

4. Выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам

предприятия. Такой уровень при успешной деятельности предприятия должен быть не ниже средней нормы доходности на рынке капитала и при необходимости возмещать повышенный предпринимательский риск, связанный со спецификой деятельности предприятия, а также инфляционные потери.

5. Формирование достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде. Так как прибыль является основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов предприятия, ее размер определяет потенциальную возможность создания источников финансирования производственного развития, резервного и других специальных фондов, обеспечивающих предстоящее развитие предприятия. При самофинансировании прибыли должна отводиться главенствующая роль в развитии предприятия.

6. Максимизация рыночной стоимости предприятия в перспективном периоде. Темп роста рыночной стоимости в значительной степени определяется уровнем капитализации прибыли, полученной предприятием в отчетном периоде. Каждое предприятие, исходя из условий и задач хозяйственной деятельности, само определяет систему критериев оптимизации распределения прибыли на капитализируемую и потребляемую ее части.

7. Обеспечение эффективности участия персонала в прибыли. Участие персонала в прибыли связано с интересами собственников предприятия и его наемных работников. Важно эффективно стимулировать трудовой вклад этих работников в формирование прибыли и обеспечивать достаточно приемлемый уровень их социальной защиты.

Все рассмотренные задачи управления прибылью взаимосвязаны, поэтому их следует оптимизировать и увязывать между собой. Конечно, эффективность каждой управляющей системы в значительной мере зависит от качества формируемой и используемой ею информационной базы.

Анализ теорий прибыли позволил заключить, что максимизация рыночной стоимости предприятия, обусловленная движением капитала и денежных потоков, может быть адекватной результатам хозяйствования предприятия в условиях жесткой конкурентной среды при минимальном воздействии налоговой нагрузки и налоговых рисков.

Прибыль обычно определяют как разность между валовым доходом и валовыми издержками. Однако уже этот упрощенный подход к проблеме рождает новые вопросы. Определение валового дохода не составляет трудности (это произведение количества произведенной продукции и цены единицы товара). Но что следует включать в валовые издержки?

С точки зрения бухгалтера, в издержки должны включаться денежные расходы, которые фирма несет в связи с приобретением машин, оборудования, сырья, материалов, на выплату заработной платы работникам и т. д. Фирма в этом случае несет явные издержки, поскольку выплачивает эти деньги внешним по отношению к ней хозяйствующим субъектам, покупает необходимые ресурсы на рынке. Другими словами, явные или бухгалтерские издержки включают в себя только денежные затраты. В связи с этим, бухгалтерская прибыль представляет собой разность между валовой выручкой и явными (бухгалтерскими) издержками.

Однако, согласно экономической теории, в экономические издержки должна входить стоимость услуг всех факторов производства, независимо от того, покупаются ли они на рынке или являются собственностью фирмы. Как уже было отмечено, любые затраты, а

значит, и издержки производства, должны рассматриваться с точки зрения ценности альтернативных возможностей, которыми приходится жертвовать. Так, любой предприниматель, выбирая сферу приложения своих предпринимательских способностей, сравнивает альтернативные варианты с точки зрения ожидаемых выгод и выбирает наиболее эффективный для себя вариант. Решив, например, заняться производством мебели, он, по существу, отказывается (жертвует) от получения дохода в сельском хозяйстве или страховом деле. Этот упущенный, или альтернативный доход должен входить в издержки.

Используя собственные ресурсы (собственный капитал, собственную землю, собственные предпринимательские способности), владелец этих факторов не несет явных денежных затрат, это неоплачиваемые, или неявные, издержки. Но это именно издержки, поскольку они могут быть представлены в денежной форме в виде платежей, которые могли бы быть получены фирмой при альтернативном использовании данных внутренних ресурсов. Потеря этих платежей и означает, что фирма несет издержки. Иными словами, любая конкурентная рыночная ситуация характеризуется как известной неопределенностью в результате динамичности экономической системы, так и значительным контролем над производством и ценами в результате монополизации рынков.

Именно эта неопределенность рынка, с одной стороны, и монополизация рынка, с другой, и порождают экономическую прибыль, получаемую отдельными предпринимателями как дополнительный, избыточный доход, превышение полной выручки над полными издержками.

Можно выделить несколько причин появления этого дополнительного дохода. Во-первых, экономическую прибыль можно рассматривать как вознаграждение за принятие предпринимателем риска, связанного с неопределенностью, присущей развитию рыночной экономики. Вместе с тем необходимо иметь в виду, что риски в экономической деятельности носят разный характер. Вероятность некоторых событий, порождающих риски, например, стихийного бедствия, пожара, несчастного случая, кражи и т. п. может быть исчислена. Чтобы избежать таких рисков, фирмы прибегают к страхованию и несут определенные затраты. В этом случае плата за риск входит в издержки. Однако в рыночной экономике существуют и другие виды рисков, порождаемые непредсказуемыми изменениями спроса и предложения, которые оказывают существенное влияние на положение фирмы. Эти изменения могут быть связаны как с общим изменением конъюнктуры на рынке в ходе экономического цикла, так и с последствиями экономической политики государства, которое, изменяя правовую базу экономики, а также используя косвенные методы регулирования (бюджетно-налогового, денежно-кредитного, внешнеэкономического), в значительной степени определяют условия хозяйствования отдельных фирм. Кроме того, на уровень дохода, получаемого фирмой, оказывают влияние и постоянные изменения во вкусах и предпочтениях потребителей, в предложении ресурсов и т. д. Все эти изменения в экономике (независимо от того, порождаются они циклическими, структурными или политическими факторами) могут стать для фирмы причиной как дополнительных доходов, так и убытков. Другими словами, предприниматель сталкивается в своей деятельности с нестрахуемыми рисками. Взятие на себя этих нестрахуемых рисков является одним из источников экономической прибыли.

Во-вторых, экономическую прибыль можно рассматривать как вознаграждение за инновации. Одной из важнейших причин динамичного характера рыночной экономики

является деятельность самих предпринимателей, направленная на внедрение новых технологий, освоение достижений науки и техники, совершенствование форм и методов организации производства и т. д. Стимулом к такого рода инновационной деятельности является стремление снизить издержки производства и таким образом добиться преимущества в конкурентной борьбе и получить большую прибыль. Вместе с тем необходимо иметь в виду, что разработка и внедрение инноваций также связаны со значительной неопределенностью. До начала реального процесса производства никто не может гарантировать, что новые технологии окажутся эффективными, а новый вид продукции принесет прибыль. Другими словами, инновации также могут стать для фирмы причиной как дополнительных доходов, так и убытков. Следовательно, предприниматель, решаясь на осуществление нововведений, рискует, но платой за этот риск, в случае успеха, может стать экономическая прибыль.

Наконец, в-третьих, источником экономической прибыли может стать обладание монопольной властью на рынке. Как мы уже знаем, монополист имеет возможность, изменяя объемы предложения, влиять на величину рыночной цены и устанавливать ее на уровне, превышающем предельные издержки, что позволяет ему получать сверхприбыль. Предприниматель всей своей деятельностью стремится к получению конкурентных преимуществ и, следовательно, монопольной власти. Вместе с тем обладание монопольной властью в известной степени снижает для предпринимателя степень неопределенности экономической ситуации, а значит, и способствует уменьшению риска потерь и убытков.

В целом следует подчеркнуть, что движущей силой экономического развития в большинстве случаев выступает именно новаторская деятельность предпринимателей, связанная с предвидением, оригинальностью мышления, инициативой, смелостью, умением брать на себя риск и т. п. Таким образом, если предпринимательство выступает как фактор, нарушающий равновесие рынка, смещающий кривые спроса и предложения в иное положение под воздействием открытия новых технологий, новых рынков, создания новых видов продукции, изменения рыночных структур и т. п., то и прибыль не может выступать как равновесная цена.

Научные подходы к определению категории "прибыль", к ее содержанию в современных условиях имеют важное значение для процесса управления прибылью. По мнению российского экономиста, профессора И.А. Бланка, "... управление прибылью представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений по всем основным аспектам ее формирования, распределения и использования на предприятии.

Среди экономических теорий, связанных с предпринимательской деятельностью, теория прибыли характеризуется экономистами как одна из наиболее сложных. Эта сложность определяется многообразием сущностных сторон, которые отражает категория прибыли в экономике, а также многообразием характеристик, в которых она выступает:

1. Прибыль представляет собой форму дохода от конкретного вида деятельности. Это - внешностная, наиболее простая форма выражения прибыли. Отметим, что для полной характеристики прибыли она недостаточна, так как существуют определенные виды деятельности, не связанные с получением прибыли.

2. Прибыль является формой дохода предпринимателя, вложившего свой капитал для достижения коммерческого успеха. В этом случае категория прибыли неразрывно связана с

категорией капитала, ее можно считать характеристикой цены функционирующего капитала.

3. Прибыль не может считаться гарантированным доходом предпринимателя, вложившего свой капитал в бизнес. Она скорее является результатом успешного осуществления бизнеса и, в определенной мере, платой за риск осуществления предпринимательской деятельности. Уровень прибыли и уровень предпринимательского риска находятся между собой в прямо пропорциональной зависимости.

4. Прибыль характеризует часть дохода за вычетом понесенных затрат на осуществление этой деятельности. В количественном выражении прибыль является остаточным показателем, представляющим собой разность между совокупным доходом и совокупными затратами.

5. Прибыль является стоимостным показателем, выраженным в денежной форме. Эта форма оценки прибыли связана с практикой обобщенного стоимостного учета всех связанных с ней основных показателей: вложенного капитала, полученного дохода, понесенных затрат и т.п., а также с действующим порядком налогового ее регулирования.

С учетом рассмотренных основных характеристик прибыли ее понятие (экономическую трактовку) в обобщенном виде можно сформулировать следующим образом: прибыль представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход на вложенный капитал, характеризующий вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности. На рис. 1 приведем основные характеристики значения прибыли предприятия.



Рис 1. Основные характеристики прибыли предприятия

В современном бухгалтерском учете основные подходы к трактовке прибыли и ее распределению систематизированы на классических теориях и тех концепциях, которые положены в основу европейских и международных стандартов.

Принятие Концепции бухгалтерского учета в рыночной экономике России, становление законодательной базы по бухгалтерскому учету и последующее развитие бухгалтерских стандартов, логически взаимосвязано с необходимостью обеспечения сохранения капитала собственников и защиты интересов кредиторов. Распределение прибыли, первоначально закрепленное еще в 1995 году в Федеральном законе № 208-ФЗ "Об акционерных обществах", указывало на возможность выплаты дивидендов только из чистой прибыли, понятие которой из логики и целей построения современного баланса недостаточно раскрыто в теории. Между тем, такое понимание чистой прибыли согласуется современными концепциями поддержания капитала, которые нашли свое отражение в ряде национальных и международных стандартах учета и отчетности.

Изучение германского и французского торгового права, ГААП США, МСФО позволило выделить несколько трактовок концепции поддержания капитала, обусловленных прибылью:

- концепции поддержания финансового капитала, позволяющая доказать, что "прибыль есть увеличение номинальной суммы капитала в денежном выражении";
- концепции поддержания покупательной способности капитала, означающая, что прибыль есть увеличение инвестированной покупательной способности капитала;
- концепции поддержания физического капитала, при которой прибыль рассматривается как увеличение производственной способности капитала;
- концепции поддержания уровня ожидаемой прибыли, предусматривающая превышение прибыли над доходом от возможного альтернативного вложения капитала;
- концепции поддержания капитала во времени, при которой прибыль рассматривается как превышение дисконтированной стоимости капитала за отчетный период над стоимостью капитала на начало этого периода.

В российской экономической литературе приводится концепция поддержания капитала, которая базируется на понятии чистых активов, что позволяет использовать трактовку прибыли как прироста чистых активов для различных целей, в том числе и для анализа ее распределения и для формирования отчетности.

Заметим, что информационная база или система информационного обеспечения управления прибылью представляет собой результат непрерывного целенаправленного подбора соответствующих показателей, необходимых для осуществления анализа, планирования и подготовки эффективных управленческих решений по всем аспектам формирования распределения и использования прибыли предприятия.

В рамках любого из рассматриваемых подходов к содержанию категории "прибыль" можно добиться формирования не одного, а целой системы показателей и образующих их элементов. Состав таких показателей подвержен интерпретации со стороны пользователей учетной информации и отчетности, круг которых представлен на рисунке 2.

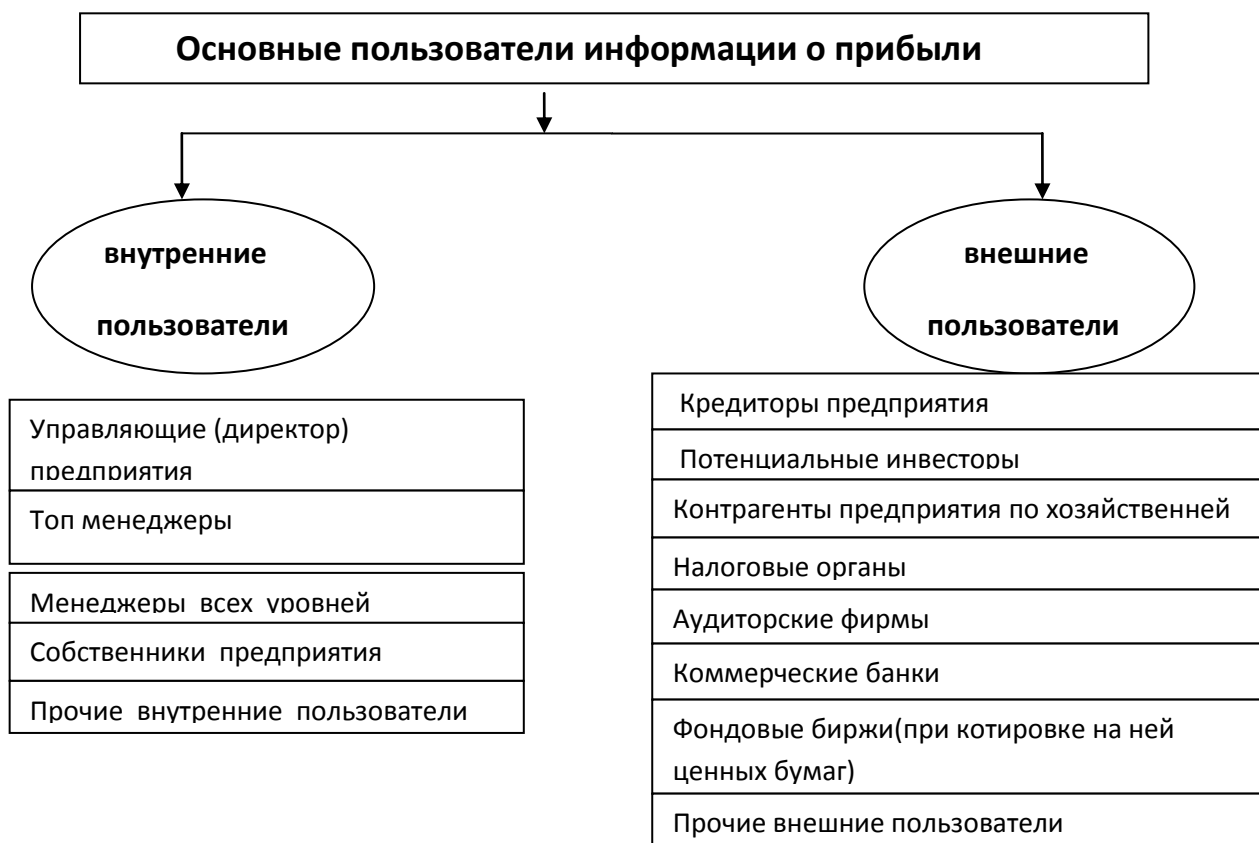


Рис 2. Состав основных пользователей информации о прибыли предприятия

Поэтому содержание категории "прибыль" вызывает особый научный интерес не только с экономической и исторической точки зрения, но и с почти методических основ определения величины этого показателя, формируемого в бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия.

В теории бухгалтерского учета для обоснования собственных источников средств (разница между активом баланса и обязательствами) чаще всего применяются ставшие уже классическими концепции прибыли:

- синтаксическая концепция (структурный подход);
- семантическая концепция (интерпретационный подход);
- прагматическая концепция (прогнозный подход).

Появление концептуальных подходов для отражения прибыли в отчетности и ее интерпретации Э.С. Хендриксен и М.Ф. Ван Бреда объясняют наличием критики, которой подвергается информация о "бухгалтерской прибыли"

1. Концепция бухгалтерской прибыли пока не имеет четкой формулировки.
2. Не существует сложившейся теоретической основы для исчисления бухгалтерской прибыли и отражения ее в финансовой отчетности.
3. Общепринятая учетная практика не требует соблюдения принципа последовательности в оценке прибыли отчетного периода различных фирм.
4. Колебания цен изменяют значение прибыли, исчисленной в валюте прошлых лет (в исторических долларах).
5. Для акционеров и других инвесторов при принятии инвестиционных решений другая информация может быть более полезной.

Концепции, их содержательная характеристика, безусловно, обогащают теорию бухгалтерского учета прибыли и способствуют глубокому пониманию сущности этой категории с позиции концепции бухгалтерской отчетности(рис. 3).



Рис 3. Концепция прибыли с позиции отражения ее в отчетности

1. Прибыль в рыночном хозяйстве является вознаграждением предпринимательства как фактора производства. Нормальная прибыль как минимальный доход предпринимателя, необходимый для привлечения и удержания этого ресурса в данном производственном процессе, представляет собой часть полных издержек производства. Экономическая прибыль возникает в том случае, если общая выручка превышает все издержки - и внешние, и внутренние.

В статичной экономике, когда ее важнейшие параметры - численность населения, предложение ресурсов, технический уровень производства, вкусы и предпочтения потребителей - остаются неизменными, экономическая прибыль (сверх вознаграждения за управленческий труд и дохода в форме чистой производительности капитала) исчезает.

В условиях динамичной экономики экономическую прибыль можно рассматривать, во-первых, как вознаграждение за принятие предпринимателем риска, связанного с неопределенностью, присущей развитию рыночной экономики, во-вторых, как вознаграждение за инновации и, в-третьих, как доход, порождаемый обладанием монопольной власти на рынке.

Экономическая прибыль выполняет важные функции в рыночной экономике. С одной стороны, ожидание экономической прибыли стимулирует наиболее эффективное

использование ресурсов, снижение издержек производства, внедрение технических нововведений. С другой стороны, существование экономической прибыли способствует эффективному распределению ресурсов между альтернативными способами их применения, переливу ресурсов в те отрасли, на продукцию которых существует высокий спрос.

Список литературы:

1. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово - экономической деятельности предприятия М.: Дело и Сервис, 2000.
2. Аверчев И.А. Подготовка международной финансовой отчетности российскими предприятиями и банками. М.: Вершина, 2005.
3. Каратаева Г.Е. Методология учета прибыли и управления налоговыми рисками. М., 2009.
4. Чепурина М.Н. Киселевой Е.А. Экономические теории. АСА, 2009 .
5. Бланк И.А. Управление прибылью. 2 изд. К.: Ника – Центр, Эльга, 2002.

IMPLICATIONS OF TAX REGULATIONS ON SUCCESS OF THE PROCES OF GOUVERNING PERSONAL FINANCES

*Buljan Barbaca Domagoja, PhD., prof.,
Piplica Damir, PhD, lect.,
University of Split, Croatia*

Financial analyses performed as a part of the process of the financial counseling for private entities usually doesn't emphasize the importance of tax regulation on portfolio efficiency. Even when tax regulations are not completely ignored by financial counselor time horizon for certain financial instruments is not entirely taken into consideration. Possibilities of investment for the general public grow in its diversity and volume in last decades, but performances of new products are still not completely known. One of the financial products that represents rather new financial instrument is product offered by insurance companies- life insurance policy. Consumption of financial instruments, including life insurance policy, has a great effect on the level of quality of life. Whether its implications are visible, in short term period or in long term period, it's undoubtedly consumption with significant impact factor on life of each private person.

Our main hypothesis is that the effect of contemporary tax regulations has great implications on efficiency of personal portfolio which includes life insurance policy. In this survey we will analyze implication of tax regulations on performance of life insurance policy, we will summarize our founding and create suggestions for improvement of current situation.

Key words: *financial analyses, tax regulations, financial planning, portfolio efficiency.*

Introduction

Governing of Personal Finances is a complex process of planning, collecting, allocation and spending of the money [2, p. 101]. In the times of crisis all the mistakes made in process of governing Personal Finances represent irreversible loss of financial assets for each person and its household. Post-transitional countries don't have a traditional know-how and also don't have educational support to increase financial literacy for general public. Lack of financial literacy can lead individuals and households to poverty. This is the reason why this subject in question becomes more and more topical.

Knowledge and skill of governing personal finances depends on many factors, but in this survey, we will concentrate our research on performances of specific financial product-life insurance policy. This is financial product introduced to Croatian insurance market only two decades ago, and many persons become users of this product without knowing what the performances of the product are. Offer of investment products for general public in Croatia is very limited if we compare it to the offer in more developed countries. This makes the knowledge on use of life insurance policy even more important.

Certain tax regulations encourage general public to consume some financial products but on the other hand they discourage general public to consume other ones. Our goal is to define benefits for general public which are produced as side effects of consummation of life insurance policy and to compare it with benefits that result from consumption of some other investment products.

Method and Methodology

In this survey we will analyze implications of the tax regulation on life insurance policy efficiency as saving or investment product for general public in Croatia. For the purposes of this paper, an empirical research has been carried out with the attempt to evaluate effectiveness of life insurance policy. The methodology used to analyze implications of tax regulations on life insurance policy is case study. In order to connect the findings with efficiency of other financial instruments comparison will be provided. On the basis of the results recommendations will be presented in the form of conclusions.

1. Governing of Personal Finances in Croatia

General public in European post-transitional countries, including Croatia, don't have a tradition or necessary knowledge to deal with contemporary financial instruments. In process of forming even high quality educational programs in field of Finances most underestimated field of study in majority of European countries is definitely the field of Personal Finances [2, p. 101]. Majority of population is left on its own when it comes to creating their financial policy. Necessity of academic and complex approach to this field of study has been recognized already long time ago in USA. In USA financial theoreticians have gone one step further and have established [10] a collaboration between experts from different field of study in order to find optimal solutions for individual finances.

Croatian government has also recognized necessity to deal with low level of financial literacy among its citizens. Some plans have already been made, but for now it didn't move to second stage.

In main time financial market has been flooded with new financial instruments that general public consumes without understanding all the consequences and side effects this consumption could cause in the future. It is especially visible in the changes of participation in the structure of extended loans to households which use to be in 1990 around 10 % of all amount of issued loans, now represents leading role as we can see in Table 1.

Table no. 1

Structure of extended loans (gross) by institutional sectors in Croatia in 2012

Sector	Share
Government units	12,2%
Financial institutions	3,3%
Enterprises	39,8%
Households	43,8%
Other	0,8%
Total	100,0%

Source: www.hnb.hr, (acceded 10.5.2013)

If this is not sufficient evidence of inadequacy of level of financial literacy of Croatian citizens than we can analyze the data concerning utilization of the money that is offered in Table 2, the structure of allocation of loan money is different then in other developed countries such as USA or EU where "other loans" represent around 18% of all loans issued to general public.

Table no. 2

Loans to households – structure in Croatia in 2012

Type of loan	Share
Housing loans	46,62%
Mortgage loans	2,43%
Car loans	2,67%
Other loans	48,28%

Source: www.hnb.hr, (acceded 10.5.2013)

Very similar situation is in the domain of saving and investment products. People are superficially informed on some products and this information combined with low level of financial literacy can't lead to optimal results

According to Du and Kamakura [7, p. 122], distribution and manipulation of financial products, determinates the position where the individual is with respect to financial maturity. It is this selection of instruments can determine the manner in which the individual is positioned in terms of their personal financial ratings. Kamakura explains that there are several levels of financial maturity with regard to the selection of financial products that individuals use. The division is performed as follows:

- 1st level on the scale of financial maturity is the level of basic products: Bank account, Savings / deposit account, Credit card, Mortgage and Loans.
- 2nd level on the scale dealing with products that are used for risk management and creating cash reserves: Life Insurance, Pension funds and Time savings.
- 3rd level on the scale of financial maturity of capital markets products are: Stocks and bonds, Foundation and Personal portfolio.
- 4th level of risky securities that constitute their primary purpose other than to have the property that became tax relief: Government bonds.

If we check data presented in Table 3 we can see what the structure of household's financial assets is.

Table no. 3

Structure of household's financial assets –in Croatia in 2011

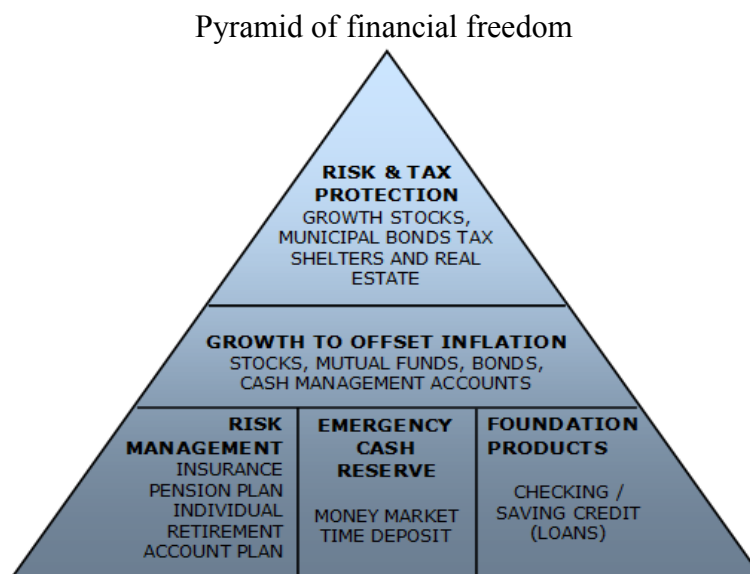
Financial assets	Value in mil. HRK	Share
Cash	17.074	6,21%
Saving in banking institutions	158.960	57,85%
Deposits with housing savings banks	5.884	2,14%
Mandatory Pension Funds	39.690	14,44%
Voluntary Pension Funds	1.894	0,69%
Insurance products	12.570	4,57%
Shares	25.713	9,36%
Bonds	973	0,35%
Commercial bills	32	0,015%
Other securities	13	0,005%
Portfolio accounts	159	0,06%
Open investment funds	7.653	2,79%
Closed investment funds	892	0,32%
Investment funds with special purpose	3.269	1,20%
Total	274.777	100

Source: *Adopted from several sources; HNB, HANFA,*

If we connect presented data with Kamakura's theory we can see that majority of Croatian citizens find their place at the 1st level of maturity scale. This gives us possibility to conclude that knowledge and skills in dealing with financial instruments are still not developed in sector of general public. Financial freedom of each individual can also be discussed thru analyzes of

frequency in use of certain financial instruments. Figure 1 presents pyramid of financial freedom by putting financial instruments in certain order.

Figure no. 1



Source: *Adopted from Kamakura W.A., Ramaswami S.N., Srivastava R.K.: Applying Latern Trait Analysis in Evaluation of Prospects for Cross-selling of Financial Services, International Journal of Research in Marketing, Vol. 8 No.4, pp.329-49., 1991.*

It is becoming obvious that Croatian citizens choose basic financial product that can guarantee them only low level of financial freedom.

2. Life Insurance Policy as investment tool for general public

Croatian pension system as a pension system in many European countries is currently at risk of collapsing. Number of beneficiaries (retired persons) in comparison with number of payers (working persons) has changed from 1:4 in 1993. to 1:1,18 in 2012., meaning that only 1,18 persons are working for 1 retired person. There are several reasons that led to this ratio:

- Socio-demographic trends show low birthrate and increase aging of population,
- After the war in Croatia many young people were retired and
- Unemployment rate has dramatically increased.

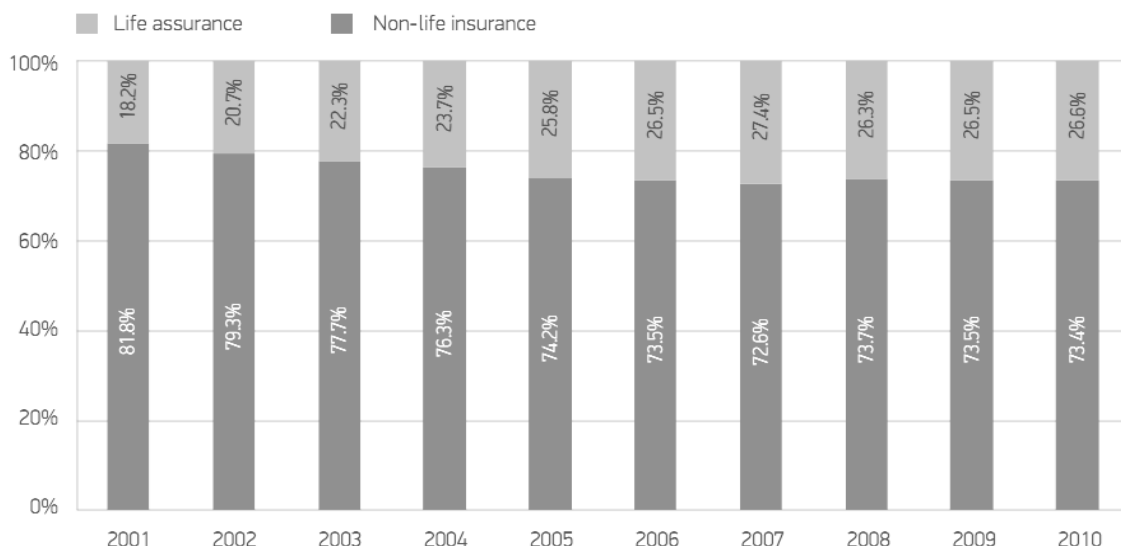
Possibilities to insure a financial future in mature age exist. Problem is the lack of awareness people have when it comes to planning their finances in long terms. With increased awareness and globally and nationally better economic situation we can expect better financial position of our future pensioners.

Currently in Croatia people can choose among various financial products depending on the level of risk they are willing to take. Persons who can deal with elevated risk can choose investments on capital market, and risk adverse persons have possibility to choose investment in different kinds of saving products. For those who are extremely risk adverse best way of saving could be life insurance policy. Life insurance policy represents complex financial instrument with two main performances: saving instrument and insurance instrument. As an insurance instrument it secures a extension of normal life for successors, without economic stresses which sudden death of family provider brings. [6, 2009] Other very important feature of life insurance policy is in its saving nature. This characteristic makes life insurance policy the financial instrument of our interest.

Life insurance policy represents rather new product on Croatian financial market. Due to the tradition of Croatian insurance companies and legislative frame which emphasize some non-life insurance policies as obligatory, the market of life insurance is still undeveloped. Importance of insurance industry in frames of national economy is usually measured by insurance density which represents investment in insurance products per capita. But for our research more interesting is ratio of Life and Non-life insurance in total gross written premium, and the trends in this ratio.

Chart no. 1

Ratio life and non-life insurance in Croatia

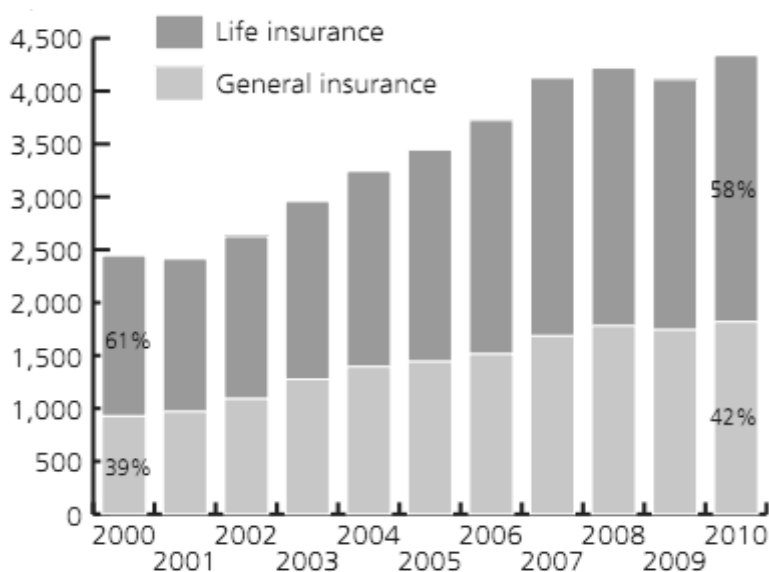


Source: www.hanfa.hr

From Chart no.1 it's visible that there is a great disproportion in consumption of non-life and life insurance products. But we can see that trend of growth in life insurance products exist. In Chart 2. we will see what is current world average.

Chart no. 2

Ratio life and non-life insurance world average



Source: *Swiss Re*, www.swissre.com

The comparison of data from Chart 1. with those from Chart 2. lead as to conclusion that on Croatian market we still have a large capacity of growth in life insurance sector.

3. Tax deductions as a means for achieving of certain goals of economic politics

Tax deduction represents each reduction of basis of tax payer and is calculated before the amount of debt of tax payer is established. With tax deductions it is possible to achieve certain goals of economic politics and stimulate certain activities of wider social interest but they can also have somewhat different meaning. It happens often that the reasons for approval of tax deductions at the income tax overlap which can make the classification of tax deductions according to their types harder. Each single tax authority prescribes certain conditions for acquiring of right on tax deductions which are than established within the procedure of determination. The more the system of tax deductions is detailed in a society the more it causes greater costs to tax administration and on the other hand diminishes the income in state budget.

Tax deductions for life insurance premiums are classified as non standard tax deductions of income tax and so sometimes a question of their economic or some other form of validity is raised. It is possible to establish their total amount only after each tax payer submits to the tax administration the concrete payments for life insurance premiums and other so it is difficult to predict their amount and this can cause certain problems at collection of tax income. Due to the actual economic crisis there is a strong pressure for suspension of non standard tax deductions of income tax and especially those referring the life insurance premiums and others due to the need to balance the state budget and the possibility to use these financial means for other, more important goals of economic politics such as employment incentives, economic growth and sim.

But in case you analyze the tax deductions on income tax for life insurance premiums, voluntary pension savings and similar in compliance with the so called consumption concept (deducting the savings from income tax) the meaning of suspension of such forms of non standard tax deductions becomes rather doubtful. Namely each individual that pays such insurance creates for him/herself the presumption and possibility for acquiring of good quality life, health, pension and other standards that would otherwise charge directly or indirectly the state budget. Therefore some authors consider precisely that tax deductions for life and other forms of insurance should stimulate self-insurance of individuals. [4]. This is the reason why some states insist on tax deductions for some forms of savings namely personal investments though there is a certain trend from the end of last century which eliminates most of non standard tax deductions.

At determination of income from independent activity it is logical to deduct the expenses from the income but the situation is different when an income from non independent activity and personal consumption are determined by application of objective net principle. Within the period of independence, more precisely with the tax reform from 1994 that was based on consumption concept the Croatian legislation included in non standard tax deductions life insurance premiums, additional health insurance voluntary pension insurance and similar. The tax reform from 2010 changed to application of income concept so the forms of non standard tax deductions were extended and this influenced to the total tax income in Croatia. This again resulted with limitation of tax deductions in 2005 for better filling of state budget. Global economic crises had impact on this trend of diminishment of outflow of budget funds through various forms of tax deductions so the tax reform from 2010 suspended almost all forms of tax deductions (apart from donations). Due to the discontinuity in implementation of tax politics having as the guidelines short term political goals of executive government the instability of business conditions come as a result which can not be welcome in business world.

4. Process of taxation of income realised with the payment of life insurance policy in Croatia (case study)

If we analyze the income from life insurance with the characteristic of savings (as well as income from the voluntary pension insurance from the third pillar) paid by Croatian insurers to the insurance beneficiaries referring the period of insurance of paid premiums, these are the taxable receipts from insurance unless these premiums were tax deductible expenses in the period from July 1, 2001 until June 30, 2010. Also in case of repurchase of life insurance policy with the characteristic of savings as well as voluntary pension insurance policy namely in case of termination of insurance such receipt that would be less than the insurance premiums paid would be considered as income. The reasons for taxation of the receipts quoted are that the payment of insurance premium in Croatia within the period from July 1, 2001 up to June 30, 2010 was considered as the tax expense and from July 1, 2010 on it is exempt from the payment of tax.

From the receipts from life insurance with characteristics of savings and voluntary pension insurance the tax on the income from insurance is paid as well as the surtax to income tax that is the receipt of the local self administration, of course in case such is prescribed with its decision and on which territory the tax payer has the residence. Croatian legislation does not prescribe that on income from insurance obligatory contributions are to be paid. From July 1, 2010 the income tax is not paid on premiums of voluntary pension insurance that the employer pays in favor of employees to Croatian voluntary pension fund up to the amount of 500,00 kn monthly which makes the total of 6.000,00 kn per year. But the insurance premiums that the employers pay for employees on behalf of life insurance, additional, supplementary and private health insurance or insurance of their property are considered as the salary and are taxed as the income from the non independent work of an employee.

In the period from July 1, 2001 up to June 30, 2010 the receipts from the paid and tax deductible premiums of life insurance with the characteristic of savings and voluntary pension insurance are considered as the income from the insurance. In case of repurchase of life and voluntary pension insurance policy or termination of insurance such amount of receipt that is less than the paid insurance premiums would be considered as income. The tax payer of the income tax from the insurance would be each physical person in Croatia that realises the receipt on behalf of the paid life insurance with characteristic of savings paid premiums and voluntary pensions insurance and these insurance premiums were tax deductible expenses in the insurance period from July 1, 2001 up to June 30, 2010. Also the tax payers would also be the physical persons that realise the income on behalf of the paid premiums of voluntary pensions insurance and these premiums were tax deductible expenses from July 1, 2010.

We would like to underline that the paid life insurance premiums with characteristic of savings (like some other forms of health insurance) were considered as tax deductible expenses by tax authorities and for the period from July 1, 2001 up to June 30, 2010 at the determination of income. There were some exemptions to this that referred to the paid insurance premiums in case the income within the tax period was taxed in forfeit amount.

The amount of the tax deductible expense for the period from July 1, 2001 up to December 31, 2002 was no more than 12.000,00 kn during the tax period for the paid premiums of life insurance with characteristic of savings and similar. In the period from January 1, 2003 up to December 31, 2004 the basis for taxation of income could have been diminished for no more than 12.600,00 kn, in the period from January 1, 2005 up to December 31, 2009 it was possible to deduct the taxable receipts in Croatia for no more than 12.000,00 kn per year and from January 1,

2010 up to June 30, 2010 the reduction of taxable receipts could have been no more than 6.000,00 kn per year. The insurer had to calculate, suspend and pay the advance income tax from insurance.

Example no. 1. Calculation of advance tax on income from life insurance and surtax to income tax.

An insurance company pays in October 2012 to a tax payer the receipt from life insurance with the characteristic of savings in the amount of 82.500,00 kn. Tax payer has been paying the life insurance with the characteristic of savings premium each month until July 2012. From 2005 to June 2010 the employer has reduced the income to the tax payer each month at the calculation of the advance tax on income for 400,00 kn on behalf of the paid premiums of life insurance with the characteristic of savings which was recognized to the employee as the tax deductible expense (totally 26.800,00 kn). The employee's residence was in Split so the surtax to the income tax was 10%.

As the premiums of the life insurance with the characteristic of savings were tax deductible expenses so the receipts on that behalf were considered as income. Therefore the insurance company with the payment of the receipt from the life insurance with the characteristic of savings paid also the advance tax on the income from the insurance in the amount of 3.216,00 kn as well as the surtax in the amount of 321,60 kn.

Table no. 4

Calculation of advance tax on income from life insurance and surtax to the income tax

Description	Amount in kunas
Total receipt from the life insurance	82.500,00
Taxable receipt on behalf of life insurance (tax deductible expense)	26,800,00
Tax (12%)	3.216,00
Surtax to the income tax (10%)	321,60
Total tax and surtax	3.537,60
Net receipt	78.962,40

Source: *proper calculation, Croatian tax legislation*

Example no. 2 Case with no calculation of advance tax on income from life insurance and surtax to income tax

An insurance company in Croatia pays in October 2012 to an insurance beneficiary the amount of 82.500,00 kn on behalf of receipt from the life insurance with the characteristic of savings. The insurance beneficiary has been paying the premium of the life insurance with the characteristic of savings up to July 2012. Within the period of insurance the insurance beneficiary's income was not reduced on behalf of the paid insurance premiums. Due to this fact the insurance company at the payment of the amount insured has no duty to pay the advance tax to income from the insurance as well as the surtax to the income tax.

Example no. 3 Case when insurance premiums are considered as salaries

An insurance company in Croatia pays in October 2012 to an insurance beneficiary the income from the life insurance with the characteristic of savings. The insurance beneficiary is employed in some company in which his employer from April 1998 up to June 2012 each month paid for its employee to the insurance company the premium of life insurance with the characteristic of savings in the amount of 400,00 kn. Insurance premiums that the employer paid for each employee on behalf of the life insurance with the characteristic of savings were

considered as salary and were taxed as the income from non independent work at each payment of premium . Due to this fact the insurance company at the payment of the insured amount has not an obligation to pay the advance income tax from the insurance as well as surtax to the income tax.

The examples could be also different depending on whether the insurance beneficiary at certain moment was Croatian resident, whether he or she became resident in some other country with which Croatia has or does not have the agreement on double taxation and similar. In compliance with Croatian legislative regulations the receipt from the interests on kuna and foreign currency savings deposit (term or sight deposit) on giro account, current and foreign currency account realised from the banks, savings cooperatives as well as those from interests on securities are not considered as the income (and hence income tax can not be calculated and collected). But it is interesting to underline that from March 1, 2012 the payments of profit and dividends made to physical persons and foreign legal entities at the rate of 12% have become taxable.

Conclusions:

As we could see from examples presented in Chapter 4 tax regulations have great influence on the performances of life insurance policy in Croatia. Life insurance companies have to meet more challenges then the banks wit classic bank savings that are non-taxable. On the other hand they are selling a product that majority of population don't understand although they have a need for such financial product. Equal tax regulations should be applied on all saving and investment product. That is only way to assure "far play" among financial products and financial institutions and also to make financial products more understandable to Croatian citizens.

General public in Croatia has to face one simple truth: they are on there own when it comes to governing there financial future. All the efforts made by the state to secure financial future to retired persons are uncertain. To diminish this uncertainty each individual should consider diversification of his own portfolio. Saving and investing should become a habit to everyone who takes seriously in consideration own financial future.

References:

1. BULJAN BARBAČA, Domagoja. *Security analysis: principles and technique*, Edition: 3, illustrated, Published by McGraw-Hill Professional, 2005.
2. BULJAN BARBAČA, Domagoja, MATOŠIĆEVIĆ RADIĆ Mijana. *Rational governing of Personal finances as a result of teaching process, Economy Transdisciplinarity Cognition vol.3*. Bacau, Romania, 2010.
3. BULJAN BARBAČA, Domagoja, MATOŠIĆEVIĆ RADIĆ Mijana: *Pension Sceme and how did Croats get poor, Economy Transdisciplinarity Cognition vol.1.*, Bacau, Romania, pp. 9., 2011.
4. CNOSSEN, S. , MESSERE, K. *Income Tax Reforms in OECD Member Countries*, IBFD Bulletin, 40 (10), 463-483, 1990.
5. Croatian central bank, www.hnb.hr , different publications
6. ĆURKOVIĆ, M. *Ugovor o osiguranju osoba*, Inženjerski biro, Zagreb, 2009.
7. DU R.Y., KAMAKURA W.A.: *Household Life Cycles and Lifestyles in the United States*, Journal of Marketing Research, Vol. XLIII (February 2006), 121-132.
8. HANFA (Croatian agency for monitoring of the financial sector), www.hanfa.hr, (acceded on several occasions)

9. KAMAKURA W.A., RAMASWAMI S.N., SRIVASTAVA R.K. *Applying Latern Trait Analysis in Evaluation of Prospects for Cross-selling of Financial Services*, International Journal of Research in Marketing, Vol. 8 No.4,pp.329-49., 1991.
10. SCHUCHARDT J., BAGWELL D.C., BAILEY W.C., DE VANEY S.A., GRABLE J.E., LEECH I., LOWN J.M., SHARPE, XIAO J.J.: *Personal Finance: An Interdisciplinary Profession*, Financial Consueling and Planning, Volume 18, 2007.
11. SHIM S., XIAO J.J., BARBER B. L., LYONS A. C.: *Pathways to life success: A conceptual model of financial well-being for young adults*, Journal of Applied Developmental Psychology, 2009.
12. Swiss Re, <http://www.swissre.com/> , (acceded 23.1.2012)

ASPECTE PRIVIND COMBATAREA COMPORTAMENTULUI DE NECONFORMARE FISCALĂ PRIN MODALITĂȚI DE EFICIENTIZARE A INTERACȚIUNII DINTRE AUTORITĂȚILE FISCALE ȘI CONTRIBUABILI

*Leonida Ionel, dr., conf. univ.,
Academia Română*

Tax system operation and efficiency, resulting in the quantity and quality of public goods provided, the level of tax revenue collection and modeling strategies for fiscal behaviour of taxpayers, are fundamental elements of sustainable economic, social and cultural each state.

Concerns authorities were directed specifically to structural changes in tax systems, adaptive process of globalization, regional tax competition to attract capital and increase tax revenues and less on modeling aspects fiscal behaviour of taxpayers. The importance of these aspects of modelling positive behaviour should more concerned governments and scientific community for better regulation of the interaction that is created between tax authorities and taxpayers, to identify and implement strategies for interaction aimed simultaneously at least two aspects, respectively:

- ✓ based interaction progressive transition from command-control excessive punishment for interaction with emphasis on supporting and advising taxpayers;*
- ✓ increasing taxpayers education.*

Behavioural resetting the tax authorities and the taxpayers, leading to shape fiscal behaviour and strengthening interaction strategies based on counseling and education will require an intensive educational effort and, above all, for a long time. These situations are specific to countries in transition from a centralized system to a democratic one, as is the case in Romania and Moldova, where there are some delays in adapting to the new democratic system, that have democratic rights and duties means having. You can acquire some positive developments fiscal side, behavioral, democratization and transformation of long-term only as long as taxpayers comply with and be subject to the tax law. During adaptation to the new fiscal reality, tax systems in these countries will not generate enough revenue.

Key words: *tax system, government, taxpayers, behaviour.*

Introducere

Contribuția unui singur contribuabil sau a unui grup mic de contribuabili la bugetul public nu prezintă o importanță deosebită în totalul sumelor atribuite furnizării bunurilor publice, iar calitatea și cantitatea acestora nu se va reduce semnificativ. În situația în care un grup mai mare de contribuabili evită să-și plătească impozitele, furnizarea de bunuri publice nu mai este garantată și, astfel, toți contribuabilii vor fi afectați. În această situație, autoritatea fiscală trebuie să proiecteze și să implementeze mecanisme eficiente de combatere a comportamentului de neconformare fiscală. Majoritatea mecanismelor implementate de autorități utilizează controlul și sancțiunile ca principale instrumente, pentru a descoperi cazurile de comportament de neconformare și pentru a asigura o modelare pozitivă a acestuia.

Contribuabilii cu înclinații spre comportament de neconformare fiscală pot anticipa probabilitățile de control, din punct de vedere fiscal și de aplicare a unor sancțiuni, ceea ce le oferă acestora posibilități de a alege între mai multe variante de comportament, respectiv: un

comportament de conformare fiscală perceput ca o pierdere financiară prin plata impozitelor datorate; un comportament de neconformare fiscală prin evaluarea posibilității nedetectării evaziunii și anticiparea unui câștig; un comportament de neconformare fiscală și o posibilă pierdere majoră rezultată din descoperirea evaziunii, a sancțiunii și a pedepsei aplicate.

În acest cadru, autoritățile fiscale își pot ajusta mecanismele de modelare a comportamentului prin dinamica controalelor efectuate, a amenzilor și sancțiunilor aplicate.

Incidențe ale mecanismelor de control asupra modelării comportamentului fiscal al contribuabililor

Din literatura de specialitate privind dinamica controlului de combatere a evaziunii fiscale se desprinde concluzia că intensificarea acțiunilor de control va conduce la un comportament de conformare mai ridicat.

Cum precizam anterior, controlul și sancțiunile sunt de multe ori considerate a fi metode utile, pentru a modela un anumit tip de comportament, fie el și fiscal. Prin urmare, cercetările ce au studiat comportamentul fiscal s-au concentrat asupra optimizării schemelor de penalizare și asupra eficacității acestora.

Abordarea noastră va analiza dinamica probabilităților de control și a sancțiunilor aplicate din patru perspective:

- ✓ *Intensitate scăzută a probabilității de control, corelată cu amenzi severe* - aceasta presupune costuri administrative reduse pentru administrația fiscală, însă ar putea conduce la o creștere peste măsură a amenzilor pentru încălcarea câtorva prevederi legale comise de multe persoane. De asemenea, percepția contribuabilului asupra probabilității scăzute de control ar putea încuraja comportamentul acestuia de neconformare la plată. Acest posibil efect poate fi totuși substituit de percepția severității amenzilor;
- ✓ *Intensitate ridicată a probabilității de control, corelată cu amenzi mici* - aceasta presupune costuri administrative ridicate pentru administrația fiscală și încasări reduse, ceea ce ar solicita o creștere a amenzilor. De asemenea, percepția contribuabilului asupra probabilității ridicate de control ar putea încuraja comportamentul acestuia de conformare la plată. Acest posibil efect poate fi totuși substituit de percepția „blândeții” amenzilor;
- ✓ *Intensitate scăzută a probabilității de control, corelată cu amenzi mici* - aceasta presupune costuri administrative reduse pentru administrația fiscală și încasări reduse, ceea ce ar solicita o creștere a amenzilor. De asemenea, percepția contribuabilului asupra probabilității reduse de control, corelată cu „blândețea” amenzilor ar încuraja comportamentul acestuia de neconformare la plată;
- ✓ *Intensitate ridicată a probabilității de control, corelată cu amenzi severe* - aceasta presupune costuri administrative ridicate pentru administrația fiscală și încasări echivalente. De asemenea, percepția contribuabilului asupra probabilității ridicate de control, corelată cu severitatea amenzilor ar încuraja comportamentul acestuia de conformare la plată.

Din punct de vedere al eficacității administrației fiscale, sunt de preferat variantele cu frecvență mare de control, cu toate costurile administrative solicitate, acestea modelând pozitiv comportamentul fiscal al contribuabililor. Este preferabilă menținerea intensității controalelor, iar valoarea încasărilor din amenzi să tindă către 0, ceea ce ar presupune faptul că evaziunea fiscală este puțin prezentă.

Intensificarea sancțiunilor și a dimensiunii acestora pentru modelarea comportamentului fiscal poate avea efecte adverse, respectiv, de creștere a constrângerii fiscale, de hărțuire a contribuabililor și, pe cale de consecință, pot crește rezistența fiscală.

Evaluarea celor patru perspective privind dinamica probabilităților de control și a sancțiunilor aplicate oferă rezultate mixte asupra modelării comportamentului fiscal, însă se conturează existența unei relații direct proporționale între probabilitatea de a fi controlat și identificat cu fapte de evaziune fiscală și conformarea la plată a contribuabililor.

Având în vedere rezultatele relative generate de schemele/mecanismele prezentate, acestea trebuie ajustate prin luarea în considerare a unor factori ce pot contribui la reducerea eficacității acestora.

Despre eficacitatea relativ scăzută a mecanismelor de modelare și control a comportamentului fiscal al contribuabililor

Vom încerca să identificăm în acest paragraf anumite elemente, care diminuează eficacitatea mecanismelor de combatere a comportamentului fiscal de neconformare fiscală, bazate, în mod predominant, pe dinamica controalelor și a sancțiunilor.

În primul rând, autoritățile fiscale trebuie să pornească de la prezumția faptului că marea majoritate a contribuabililor este dispusă să plătească impozitele și recunosc legitimitatea sistemului fiscal și obiectivele principale ale acestuia. În acest sens, pe baza experiențelor anterioare, este necesară delimitarea unor tipologii ale contribuabililor, în funcție de comportamentul acestora, prin care să se adapteze/elaboreze mecanisme adecvate acestor tipologii, cu accent pe educare fiscală, consiliere și aplicarea mecanismelor de control și pedeapsă, în cazul contribuabililor, care nu respectă cu intenție legea fiscală.

În al doilea rând, autoritățile fiscale pot efectua controale fără descoperirea faptelor de evaziune, ceea ce la nivelul contribuabililor poate crea efecte de apreciere favorabile asupra controalelor, iar la nivelul autorității pot fi anumite deficiențe de competență profesională a personalului. În situația în care, în urma unor controale, anumiți contribuabili sunt descoperiți cu fapte de evaziune și sancționați, aceștia pot încerca să își recupereze sumele pierdute la următoarele activități generatoare de venituri.

În al treilea rând, contribuabilii pot deprinde anumite tipare specifice de comportament ale autorităților în efectuarea controalelor și pot adapta un comportament speculativ cu privire la efectuarea sau neefectuarea unor controale în perioada următoare și, în consecință, la un comportament strategic de conformare la plata impozitelor.

În al patrulea rând, dinamica controalelor și a ratelor de penalizare pot fi consecințe politice ale evaziunii fiscale, fapt ce demonstrează că numărul mare al evaziioniștilor nu este un motiv suficient pentru a explica pedepsele reduse și ratele scăzute de control. Această importanță este explicată prin influența pe care o au evazioniștii asupra mediului politic și a schimbului reciproc, de „acoperire” respectiv de susținere financiară în campaniile electorale.

În al cincilea rând, corupția și evaziunea fiscală sunt dependente una de cealaltă, existând o relație directă între frecvența și dimensiunea evaziunii fiscale și gradul de corupție într-o economie. Prezența corupției induce evaziunea fiscală, iar pentru un funcționar corupt și un contribuabil evaziionist, săvârșirea unor astfel de acte este reciproc avantajoasă.

Corupția din domeniul fiscal-bugetar conduce la diminuarea eficacității controalelor și la stimularea practicării evaziunii fiscale, prin diminuarea încasărilor fiscale și a efectului educațional dorit a se realiza prin intermediul controalelor, ca instrument de prevenire și combatere a comportamentului fiscal.

Integrând aceste caracteristici ale mecanismului de modelare și control ale comportamentului fiscal al contribuabililor, se poate observa faptul că acesta este relativ limitat în relațiile cu contribuabilii, luând în calcul doar aspecte cu caracter coercitiv, respectiv, dinamica controalelor și a nivelului sancțiunilor aplicate.

Posibile modalități de eficientizare a mecanismelor de modelare și control ale comportamentului fiscal al contribuabililor

Cum am constatat până în acest moment al lucrării, acest mecanism de modelare și control ale comportamentului fiscal al contribuabililor, utilizat de multe țări, prezintă unele caracteristici limitative, generate, în special, de instrumentarul restrâns și exclusiv coercitiv, orientat numai pe rezultat, fără a lua deloc în considerare factorul uman și social.

Această orientare generală a mecanismelor de modelare și control ale comportamentului fiscal, îndreptată spre creșterea utilizării pedepsei și a sancțiunilor aplicate, trebuie aplicată echilibrat, cu luarea în discuție a circumstanțelor în baza cărora pedeapsa are efecte pozitive și a circumstanțelor în care efectele sale sunt dăunătoare. De asemenea, acest mecanism se concentrează numai pe îmbunătățirea colectării venitului, fără a lua în considerare relația dintre contribuabili, inspectorii fiscali și aspectele de echitate aferente.

Contribuabilii cu predispoziție spre comportament de neconformare, sub constrângerea acestui mecanism și a dificultăților rezultate din complexitatea și frecvența modificărilor legislative, se consideră agresați și vor încerca modalități creative de nerespectare și de exploatare a fisurilor legislației fiscale sau prin asumarea riscului de sustragere.

Pe baza celor enunțate, putem aprecia că strategia de control și combatere a comportamentului de neconformare fiscală aplicată de autoritățile fiscale, bazată numai pe control și sancțiune, poate reprezenta un punct de plecare rezonabil, dar nu și un punct final bun.

În acest sens, este nevoie de un mecanism mai complex și cu mai multă flexibilitate/adaptabilitate la tipologiile contribuabililor, care să pună accent pe punerea în aplicare a legii, prin acțiuni specifice din partea autorității fiscale, cu rol de conservare și consolidare a comportamentului voluntar, de sprijin și consiliere pentru contribuabilii care doresc conformarea, dar au dificultăți de înțelegere a legislației, și de corecție pentru contribuabilii care nu doresc să se supună legislației fiscale. Este important ca autoritățile să țină seama în proiectarea acestui mecanism și de alte elemente importante pentru comportamentul fiscal al contribuabililor, precum aspecte de moralitate și de echitate.

Creșterea încrederii în dorința contribuabililor de a-și respecta obligațiile în conformitate cu prevederile legale și acceptarea unor dificultăți emane de complexitatea legislației, pot conduce inspectorii fiscali către rolul de consilieri cu scopul principal de asistare și supraveghere a contribuabililor.

Abordarea contribuabililor din perspectiva unui schimb, care determină o relație contractuală între părțile implicate, poate reprezenta un factor relevant de creștere a conformării. Dacă autoritățile fiscale tratează contribuabilii ca parteneri egali, în loc de participanți fără voce, într-o relație în care autoritățile fiscale au putere legală, respectul reciproc și onestitatea pot fi rezultatele. Nu este ușor însă să se stabilească o relație contractuală cooperantă sau un contract psihologic, atunci când instrumentele care determină plata impozitelor, aplicate de autoritățile fiscale sunt, în mod predominant, controlul și pedeapsa.

Interacțiunea plină de respect orientată spre contribuabil, precum și recunoașterea drepturilor persoanelor rămân, de cele mai multe ori, singurele măsuri posibile, pentru a crea o înțelegere capabilă să mărească încrederea, moralitatea fiscală și respectarea voluntară.

Este important ca și contribuabilii să se simtă motivați pentru a simți un fel de responsabilitate personală și o anumită obligație de a sprijini societatea, de a avea încredere în sistemele juridic și politic ca elemente importante, care pot conduce la îmbunătățirea respectării obligațiilor.

Trecerea de la un mecanism de interacțiune bazat pe comandă și control la un mecanism de interacțiune mai convingător și responsabil nu este ușoară. Tradițiile birocratice rigide au favorizat un mecanism inflexibil, iar perceperea majorității contribuabililor ca evazionști trebuie înlocuită cu perceperea acestora ca și parteneri, iar responsabilitățile trebuie adoptate în mod corespunzător.

În ciuda dificultăților generate de implementarea unor astfel de mecanisme de interacțiune, orientate pe accentuarea relației parteneriale cu contribuabilii, este mult mai promițătoare pentru stimularea cooperării și a respectării voluntare decât perceperea contribuabililor ca evazionști, maximizând propriile venituri, fără a avea simțul responsabilității față de comunitate.

Bibliografie:

1. ALLINGHAM, M.G., SANDMO, A. (1972) Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis. *Journal of Public Economics*.
2. BERGMAN, M., NEVAREZ, A. (2005) The social mechanism of tax evasion and tax compliance. *Politica y Gobierno*, 12.
3. BRAITHWAITE, V., WENZEL, M. (2007) Integrating explanations of tax evasion and avoidance, In A. Lewis (ed.), *Cambridge handbook of psychology and economic behavior*. Cambridge University Press.
4. BRAȘOVEANU, I.V.; VĂCĂREL, I., (2007) *Repere ale politicii fiscale a României în perioada de tranziție și economia de piață*. Teză de doctorat, ASE, București.
5. CATARAMĂ, D. (2011), MOȘTEANU, T., cond. șt. *Evaziunea fiscală și sistemele de interese*. Teză de doctorat, ASE, București.
6. CUMMINGS R.J., MARTINEZ-VAZQUEZ J., MCKEE M., TORGLER B. (2009) *Tax morale affects tax compliance: Evidence from surveys and an artefactual field experiment*. *Journal of Economic Behaviour and Organization*, nr.70.
7. DELL'ANNO, R. (2009) Tax evasion, tax morale and policy maker's effectiveness, *The Journal of Socio-Economics*, nr. 38.
8. DINGA, E. (2009) *Studii de economie. Contribuții de analiză logică, epistemologică și metodologică*, Editura Economică.
9. DINGA, E., IONESCU, C., PĂDUREAN, E., BĂLTĂREȚU, C., LEONIDA, I., (2011) *Sustenabilitatea economică prin politici de ajustare în contextul globalizării*. Editura Academiei Române.
10. HOANȚĂ, N., (2010) *Evaziunea fiscală*. Ediția a II-a, Editura CH Beck, București.
11. KIRCHLER, E. (2007) *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge: Cambridge University Press.
12. SCHUMPETER, JOSEPH, A. (1950): *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper Collins.
13. SIMIONESCU, N. (1942) *Evenimente istorico-fiscale ale României*, Editura Navacoric, București.
14. TORGLER, B., SCHNEIDER, F., (2009) The impact of tax morale and institutional quality on the shadow economy. *Journal of Economic Psychology*, volume 30, Issue 2.

CREATING THE SYSTEM FOR PUBLIC OVERSIGHT AND REGULATION OF AUDIT

*Hristo Rashkov Mavrudiev, PhD, assist.,
University of National and World Economy, Bulgaria*

General principles of audit activity in today's global world are analyzed. The principles of structure of audit oversight, the principles for operations of audit regulators, the principles for inspection processes are examined.

Key words: *audit, audit oversight, inspection.*

Building a system of public oversight over the activities of auditors should be based on an understanding of their role in the development of market economies and their responsibilities in protecting public interests. Considering this the system of supervision should be entirely responsible for servicing and protecting public interest and ensuring investor protection by increasing the quality of audit work.

The implementation of audit activity in today's global world requires adherence to a set of uniform general principles. This is implemented through the application of the International Auditing Standards adopted by the International Federation of Accountants. Proceeding from an understanding of the importance and responsibilities of the system for public oversight of auditors the International Forum of Independent Audit Regulators /IFIAR/ adopted and offered its members basic principles in accordance with which a national surveillance system should be set up. The Republic of Bulgaria, as a member of the IFIAR is in the process of applying and implementing these principles, meant to assist member countries in building a system for public oversight of auditors by allowing access to the experience of other countries, supporting the dissemination of good practices in the monitoring of auditors, enhancing public confidence in the financial reporting process, and promoting cooperation between supervising systems in different countries.

The Core Principles cover the following areas:

- the structure of audit oversight,
- the operations of audit regulators and
- principles for inspection processes.[1].

These principles are not binding for members of IFIAR; different countries and jurisdictions are encouraged to implement them in national requirements or legislation.

The Principles are intended to:

- Aid Members and other countries in developing their own national arrangements through allowing them to benefit from the global experience in the area;
- Advance the implementation of adequate audit oversight practices aimed at fostering quality audits and promoting public trust in the process of financial reporting; and
- Support collaboration between regulators and promote greater reliability of audit oversight.

The principles of structure of audit oversight

1. *The responsibilities and power of audit regulators should serve the public interest and be clearly and objectively stated in legislation.[1].*

The legal framework for audit oversight should set forth the audit regulator's mandate and responsibilities, and provide the regulator with adequate powers and authority enabling the regulator to perform its audit oversight duties, including powers to address, through inspection and

enforcement, compliance with the requirements for the registration of auditors/audit firms and compliance with applicable professional standards.

2. *Audit regulators should be operationally independent.*

The audit regulator should be operationally independent from external political interference and from commercial, or other sectoral interests, in the exercise of its functions and powers, including not being controlled in its governance by audit practitioners.

3. *Audit regulators should be transparent and accountable [1].*

The audit regulator should have public accountability in the use of its powers and resources to ensure its integrity and credibility. Transparency should include the publication of annual work plans and activity reports, including the outcome of inspections either in the aggregate or on a firm by firm basis.

The principles for operations of audit regulators:

1. *Audit regulators should have comprehensive enforcement powers which include the capability to ensure that their inspection findings or recommendations are appropriately addressed; these enforcement powers should include the ability to impose a range of sanctions including, for example, fines and the removal of an audit license and/or registration.*

Audit regulators should have the authority and ability to enforce inspection findings and recommendations through comprehensive enforcement arrangements such as fines, suspensions and the removal of an auditor's or audit firm's license.

2. *Audit regulators should ensure that their staff is independent from the profession and should have sufficient staff of appropriate competence [1].*

Audit regulators should have arrangements in place to ensure that inspection staff members are independent of the profession. These will, as a minimum, include ensuring that staff members should not be practicing auditors or employed by or affiliated with an audit firm, and that the arrangements are not controlled in any form by a professional body.

3. *Audit regulators should be objective, free from conflicts of interest, and maintain appropriate confidentiality arrangements [1].*

Audit regulators should have prohibitions against conflicts of interest by its governing body and staff and ensure that appropriate arrangements are in place to protect confidential information from public dissemination.

4. *Audit regulators should make appropriate arrangements for cooperation with other audit regulators and, where relevant, other third parties [1].*

Considering the global nature of the financial markets, where necessary and relevant, cooperation and information sharing with other audit regulators and other third parties, including financial market regulators, is helpful to improve audit quality.

The principles for inspection processes:

1. *Audit regulators should as a minimum, conduct recurring inspections of audit firms undertaking audits of public interest entities in order to assess compliance with applicable professional standards, independence requirements and other laws, rules and regulations [1].*

The recurring inspections should be conducted pursuant to a process comprising the selection of the audit firms to inspect, appointment of inspection teams with appropriate expertise and competence, notification to the audit firm, advance documentation request, notification of selection of audit engagements for review, meetings with management, and on-site inspection arrangements. The inspection process should be subject to appropriate internal quality control within the audit regulator to ensure quality and consistency.

2. *Audit regulators should ensure that a risk-based inspections program is in place [1].*

Audit regulators should have a process for assessing risks in the audit environment and in individual regulated firms and their audit engagements. Audit regulators should have a process for taking into account their risk assessment in allocating their inspection resources and in the inspection approaches they adopt.

3. *Audit regulators should ensure that inspections include effective procedures for both firm wide and file reviews [1].*

The risk-based inspection approach should also be reflected in both firm wide and audit file inspection procedures. The firm wide procedures should address the audit firm's quality control system as reflected in the firm's organization, policies and procedures.

4. *Audit regulators should have a mechanism for reporting inspections findings to the audit firm and ensuring remediation of findings with the audit firm [1].*

Audit regulators should have a process that ensures that criticisms or potential defects in an audit firm's quality control systems and issues related to the firm's performance of audits that are identified during an inspection are reported to the firm.

Sources:

1. "Meeting of the International Forum of Independent Audit Regulators, Berlin, April 2011." *International Forum of Independent Audit Regulators /IFIAR/*. , 13 Apr. 2011. Web. <<http://www.frc.org.uk/images/uploaded/documents/Berlin%20press%20release%2013%20Apr2.pdf>>

ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ЛИДЕРОВ

*Нестуля С. И., к. э. н., доц.,
Полтавский университет экономики и торговли, Украина*

Requirements to modern leadership in context of global civilization processes are analyzed. The conclusion about responsible leadership necessity in dynamically changing world realis is drawn.

Key words: *leadership, guidance, efficiency, globalization, responsible leadership.*

Мировое сообщество переживает закономерный исторический процесс перехода человечества от индустриального к постиндустриальному, информационному обществу. Одна из наиболее существенных особенностей этого периода – развертывание процессов глобализации, которые активно влияют на мировое хозяйство. В наиболее общем плане глобализация означает формирование некоего общего мирового пространства, пронизанного едиными принципами экономического и гуманитарного сосуществования наций [11, с.106].

Сложный перечень проблем, стоящих перед мировым сообществом, нельзя решить, опираясь на старую управленческую парадигму, основанную на иерархической структуре. Сегодня для решения проблем и вызовов глобализирующегося мира нужны руководители-лидеры, способные не просто управлять, а положительно влиять на эффективность деятельности организаций.

Феномен лидерства и руководства на протяжении многих веков вызывал интерес ученых философов, психологов, социологов [22, 2, 19, 7]. Более глубоко проблему лидерства начали изучать с конца XIX столетия В XX в. появилось много теоретических разработок и моделей лидерства, которые с большим или меньшим успехом использовались управленцами разного уровня организаций [24]. В последнее время интерес к проблеме получил новый импульс, в связи с ускоренными темпами глобализационных процессов.

Пальму первенства в исследовании лидерства продолжают удерживать американские и европейские ученые: Адаир Д. [1], Бланшар К. [5], Бояцис Р. [6], Дафт Р. [9], Кетс де Врис М. [12], Шейн Е. [28] и др. В последние годы появилось ряд фундаментальных исследований проблем лидерства на постсоветском пространстве: Беляцкого М.П. [3], Бендас Т.В. [4], Волкова И.П. [8], Кудряшовой Е.В. [17], Евтихова А.В. [10], Шалагиновой Л.В. [27] т.д. В работах этих и других авторов поднимаются организационные, психологические, кросс-культурные, гендерные проблемы лидерства.

Особый интерес представляют вопросы ответственности лидеров. В этом смысле для ученых открывается огромное малоисследованное пространство: каким критериям должен отвечать современный лидер, какими принципами руководствоваться в динамично меняющихся условиях глобализирующегося пространства? Анализ работ зарубежных и отечественных ученых дает возможность наметить перспективные пути в поисках ответа на эти и другие непростые вопросы.

Как показывает мировая практика, сложность работы в комплексной, мультикультурной среде ставит на первый план новые требования к организациям и их

лидерам. По мнению исследователей Т. Маак и М. Плесс современные лидеры должны решать множество взаимосвязанных проблем доверия, этики, заинтересованности сторон, ценностей, многообразия и др. [18, с. 54].

На наш взгляд, одной из наиболее сложных проблем, с которой приходится иметь дело лидерам всех стран – это проблема доверия. Доверие можно рассматривать как первооснову любых отношений и ту точку опоры, опираясь на которую можно обеспечить более высокий уровень взаимодействия [16, с. 161]. В тоже время население многих стран мира уверено, что современные руководители имеют низкие моральные стандарты. Так, исследования, проведенные компанией CBS, подтверждают, что 79% опрошенных считают, что в мире бизнеса широко распространены незаконные операции, и только более 20% убеждены в честности главных исполнительных директоров и руководителей компаний [9, с.163].

Все, что происходит на высших уровнях иерархии, отражается на представителях других уровней организации или общества. Когда сотрудники или граждане теряют доверие к своему лидеру, моральный климат и результаты деятельности заметно ухудшаются. Аморальные или противозаконные поступки руководителей могут иметь для организации просто сокрушительные последствия. Лидеры рискуют столкнуться не только с критикой общественности и бойкотом потребителей, но и дальнейшим ухудшением и потерей репутации. Вряд ли лидер, который допускает превосходство в отношении к подчиненным, эгоизм, жадность и стремление лишь к наживе, будет пользоваться доверием окружающих. Постоянное преследование лишь собственных интересов, обман окружающих, нарушение договоренностей, несправедливость к подчиненным, унижение достоинства – все это, рано или поздно, приводит к потере доверия к лидеру. Доверие теряется также тогда, когда лидеры говорят вроде бы правильные вещи, но ведут себя совсем по другому. «Долог путь наставлений, краток и убедителен путь примеров», – замечал еще древний Сенека [23, с. 41].

Непосредственной задачей лидеров всех уровней становится сегодня возрождение доверия граждан, причем как на уровне организаций, так и на уровне мирового сообщества. Современные лидеры должны не только обеспечивать создание высокоэффективных организаций, но и соблюдение признанных в обществе норм этики, обеспечения социальных интересов сотрудников [18, с. 57]. Лидеры не имеют права забывать, что достижение высоких экономических результатов не есть еще конечная цель их деятельности. Конечно, лидер, который соблюдает правила этики, не может игнорировать прибыли, убытки, производственные затраты, однако он должен учитывать значение общечеловеческих ценностей. Очень удачно эту мысль иллюстрирует один из самых талантливых менеджеров XX столетия К. Мацусита. Философия Мацуситы не имеет противоречия между служением обществу и стремлением к прибыли, во всяком случае, в среде конкурентного рынка. «Логика очень проста. Потребители полностью заинтересованы в том, чтобы оплачивать прибыль производителя, если комплекс параметров «цена-качество – обслуживание» имеет для них высокую ценность. Чем выше эта ценность, тем большее количество потребителей захотят ее оплачивать, таким образом, выше прибыль. По сути, доходность продукта является показателем того, в какой мере он соответствует общественным потребностям» [15, с.103]. Результатом многолетней деятельности этого выдающегося лидера бизнеса XX ст. стало убеждение, что «Каждая

компания, независимо от ее размера, должна иметь цель, не связанную с извлечением прибыли, цель, которая оправдывает ее место в обществе» [20, с. 40].

На наш взгляд, ответственное лидерство должно опираться не на формальный кодекс чести, который, безусловно, на каком – либо уровне структуры организации должен существовать, а на свою внутреннюю глубокую морально-этическую порядочность, которая и является основой доверия последователей. Так, закладывая общие принципы экономического и гуманитарного сосуществования наций в глобализирующемся пространстве, лидеры стран и организаций краеугольным камнем должны заложить принцип доверия, как основу ответственности лидеров перед своими странами и народами. Катализатором каких – либо действий людей являются, прежде всего, ценности, которые лежат в основе структуры личности. Ценности – это фундаментальные убеждения, которые имеют большое индивидуальное значение, стабильны во времени и влияют на поведение личности [26, с. 21].

По классификации Милтона Рокича выделяют терминальные и инструментальные ценности. К терминальным ценностям относят ценности социума, которые отражают идеальное направление общественного развития. Это желание быть признанными другими людьми, ощущать потребность и принадлежности к социуму, свобода и равенство, безопасность, дружба, здравый смысл, мир. Другой группой ценностей являются личностные ценности, которые рассматриваются как инструментальные. Это – составляющие характера лидера: порядочность, честность, мужество, скромность. Такие ценности развиваются на протяжении всей жизни и, как правило, укореняются глубоко в человеке, составляя основу его самоидентификации.

Существуют также ценности отношений. Это – терпимость, уважение, справедливость, внимание к другим, надежность. Качество межличностных взаимосвязей определяют именно эти ценности, основанные на взаимном признании прав человека, гражданских прав и достоинства [9, с. 109].

Одна из сложнейших задач лидеров – это гармонизация ценностей личности с ценностями межличностными, организационными, ценностями социума. Для этого от лидеров требуется глубокое знание разных ценностей и реальное воплощение их в жизнь. Ведь именно они являются основой взаимоотношений, которые должны выстраивать лидеры между сотрудниками в организации, ибо способность развивать доверительные и устойчивые взаимоотношения – один из критериев оценки лидера [18, с.63].

Лидеры ежедневно сталкиваются с огромным количеством взаимоотношений на местном, региональном и глобальном уровнях, внутри организации и за ее пределами. Поэтому чем масштабнее потребность взаимодействия с заинтересованными сторонами, с разными интересами и ценностями, тем большее значение для лидера приобретает умение найти к ним подход, не нанося ущерба принципам этики.

В современном динамичном мире очень важно развивать устойчивые взаимоотношения с клиентами, акционерами, сотрудниками, всеми заинтересованными сторонами. Именно этот факт определяет жизнедеятельность организации. Если успех организации зависит от взаимоотношений, лидер должен создать значимый контекст для взаимоотношений именно такого характера. Лидерство можно определить как искусство построения и поддержания морально-этических взаимоотношений со всеми заинтересованными сторонами. А эффективный и ответственный лидер сегодня

воспринимается как создатель доверительных отношений, который внедряет различные ценности как в интересах бизнеса, так и в интересах общественного блага.

Демографические изменения в мире и процессы глобализации приводят также к тому, что организации становятся разнородными с точки зрения пола, возрастных особенностей сотрудников, культурной, религиозной принадлежности. Перед лидером стоят сложные задачи: управление разнородным персоналом; отбор, развитие и содержание людей с различным социальным происхождением и уровнем образования, усиление потенциала организации. Лидер должен создавать такое мультикультурное пространство, в котором люди независимо от мировоззрения и происхождения, чувствовали бы, что их ценят, уважают, и они могут максимально прилагать усилия для развития организации.

Все эти аспекты требуют от лидера определенных качеств личности. При этом мы должны учитывать, что лидер также обычный человек, но человек, способный брать на себя ответственность. Каким должен быть сегодня лидер? Понятие современного лидера не связано с понятием «великой личности». Современный лидер трансформирует, превращает людей и организации на основе морально-этических принципов, которые ведут за собой позитивные изменения во всем обществе [21, с. 9].

Современный лидер – это, если хотите, – слуга. О лидерстве служения впервые заговорили в 70-х годах XX века [4, с.116 - 117]. Служение другим – основа ответственного лидерства. Служение требует внимания, ответственности, компетентности, заботы о нуждах всех сторон, задействованных в процессе взаимоотношений. Служение требует чувства высокой эмпатии – желание помогать другим, поддерживать, стимулировать рост других. Лидер-слуга ставит благо общества выше своего личного блага. Его достижения получают признание, если руководство незаметно. Такие лидеры крайне скромны. Джим Коллинз в своей книге «От хорошего к великому» называет их «лидерами пятого уровня». «Руководители пятого уровня, – отмечает автор, – представляют собой пример амбивалентности, поскольку они одновременно скромные и волевые, застенчивые и отважные». Главное в их жизни – это не стремление к собственному благополучию и славе, а успех компании.

Лидеры пятого уровня – спокойные и уравновешенные, простые, скромные, сдержанные, стеснительные, приятны в общении, незаметны и т. д. Они никогда не стремятся стать героями, идолами, занять некоторый пьедестал. Вместе с тем, им присущи «непоколебимая решимость, почти стоическая потребность сделать то, что должно быть сделано для превращения компании в большую». Они фанатично преданы своему делу, заражены стремлением достичь результата. Спокойствие и настойчивость проявляют руководители пятого уровня не только в значительных решениях, но и в стиле работы, который отличается тщательностью простого рабочего. В случае неудачи они смотрят в зеркало и не ищут ее причины в действиях подчиненных. Когда достигают успеха, смотрят в окно, объясняя его настойчивостью сотрудников, везением или внешними факторами.

В связи с этим особое значение они придают формированию команды, задавая сначала вопрос «кто?», а уже потом «что?». У них действует не лозунг «кадры решают все», а принцип «нужные кадры решают все». Они требуют от своих подчиненных не слепого повиновения, а предлагают им стать настоящими лидерами на своих местах. То есть они ищут таких руководителей, которые могли бы обсуждать проблемы и дискутировать в поисках наилучшего решения, а с другой – выступать единой командой при его воплощении в жизнь, несмотря на собственное мнение и собственные интересы.

Лидеры пятого уровня руководствуются принципом «правда лучше, чем сны» и создают такую атмосферу в организации, чтобы эту правду можно было услышать. Они признаются, что знают недостаточно и приглашают к непринужденному диалогу в поисках ответов на вопросы. Когда же приходится проводить вскрытие, не ищут виновных в смерти.

Именно основываясь на правде о слабых и сильных сторонах организации и ее сотрудников, лидеры формируют понимание (а не стратегию или план) того, в чем они могут стать лучшими. То есть «дисциплинированными» должны быть не только люди, но и мысли. И, конечно, действия. Следовательно, необходимо создать такую культуру дисциплины в организации, при которой люди действовали бы не только дисциплинированно, но и ответственно. Если они могут поступать так в решениях детально проработанной системы, достаточно управлять ею, а не непосредственно людьми. То есть, культура дисциплины – это тирания. Это – дисциплинированные люди с дисциплинированным мышлением, дисциплинированно и, что немаловажно, фанатично действуют в интересах компании. Все это дает возможность проводить такие изменения, которые делают компании большими [14, с. 41 -55].

Безусловно, это далеко неполный перечень личностных черт и стилей управления лидеров в современных условиях. Однако, независимо от того, каким бы длинным он не был, очевидным является одно: ответственность лидера перед его последователями и обществом в целом должна находиться в нём на первом плане.

Литература:

1. Адаир Дж. Джон Адаир о менеджменте и лидерстве / Под ред. Н. Томаса. – М.: Эксмо, 2007. – 208 с.
2. Аристотель. Политика // Сочинения: В 4-х т. Т. 4/ Пер. с древнегреч.; Общ. ред. А.И. Доватура. – М.: Мысль, 1983. – С. 457–467.
3. Беляцкий Н.П. Основы лидерства Мн.:БГСУ, 2006. – 268 с.
4. Бендас Т.В. Психология лидерства. – СПб.: Питер, 2009. – 448с.
5. Бланшар К. Лидерство к вершинам успеха, Пер. с англ.. – СПб. : Питер, 2008. – 368 с.
6. Бояцис Р. Резонансное лидерство. Самоусовершенствование и построение плодотворных взаимоотношений с людьми на основе активного сознания, оптимизации и эмпатии / Ричард Бояцис, Энни Макки / пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 300 с.
7. Вебер Макс. Харизматическое господство // Социологические исследования. – 1988. – № 5. – С. 139.
8. Волков И.П., Захаров В.И., Ерицын О.П., Тимофеев Ю.Т. Влияние лидерства и руководства на групповую динамику в условиях стресса// (опыт социально-психологического исследования): Сб. научн. Трудов / Под ред. Б.Д. Парыгина, Л., 1973. –142 с.
9. Дафт Р.Л. Уроки лидерства / О.Л. Дафт при участии П. Лейн; Пер. с англ. А.В. Козловой; Под ред. проф. И.В. Андреевой. – М.: Эксмо, 2006. – 480 с.
10. Евтихов О. В. Стратегии и приемы лидерства: теория и практика. – СПб.: Речь, 2007. – 238с.
11. Капто А С. Энциклопедия мира/ А.С.Капто. – М.: Книга и бизнес, 2002. – 544 с.

12. Кетс де Врис М. Лидер на кушетке. Клинический подход к изменению людей и организаций / Пер. с англ. – СПб.: Бест Бизнес Букс, 2008. – 331 с.
13. Кетс де Врис М. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 311 с.;
14. Коллинз Д. От хорошего к великому: Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... / Джим Коллинз; пер. с англ. [Павла Павловского]; Стокгольмская школа экономики. – 6-е изд. – М.: Иванов и Фербер, 2008. – 320 с.
15. Коттер Дж. Лидерство Мацуситы Уроки выдающегося предпринимателя XX века/ Джон Коттер; Пер. с англ.. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 254 с.
16. Коуп М. Сделай себя лидером / Пер. с англ. Под научн.ред. В.М.Дудникова. – М.: Дело и Сервис, 2008. – 224 с.
17. Кудряшова Е.В. Лидерство как предмет социально-философского анализа: автореф. дис. д-ра филос. Наук.- М., 1996.- 41 с.
18. Маак Т., Плес Н. Ответственное лидерство/пер. с англ.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 321 с.
19. Макиавелли Н. Государь: Трактаты. – М.: ООО «Издательство АСТ»; Харьков: Фолио, 2003. – 221 с.
20. Мацусита К. Миссия бизнеса /Коносуке Мацусита; Пер. с англ.. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 193с.
21. Оуэн Хилари, Ходжесон Вики, Газаард Найджел. Призвание – лидер: Полное руководство по эффективному лидерству/ Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс бизнес букс, 2005. – 384 с.
22. Платон. Государство // Государство. Законы. Политика / Предисл. Е.И. Темнова. – М.: Мысль, 1998. – С. 297–326.
23. Сенека Л.А. Нравственные письма к Луцилию / Пер. с латин. И вступ. Статья С.Ошерова. – 1986. – 543 с.
24. Stogdill R. Handbook of Ziadanship. A Survey of Theory and Research. – N. y., 1974. – P. 7–16.
25. Stogdill R.M. Personal Factors associated with leadership: survey of the literature // journal of psychology. – 1948. – vol. 25. – P. 35–71;
26. Таффиндер П. Интенсивный курс лидерства. Как усвоить ценности личного лидерства/ Пер. с англ. – СПб.: «Издательство ДИЛЯ», 2007. – 224 с.
27. Шалагинова Л.В. Психология лидерства. – СПб.: Речь. – 464 с.
28. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / пер. с англ.под ред. Т.Ю.Ковалевой. СПб.: Питер, 2007. – 336 с.

DEZVOLTAREA INSTRUMENTARULUI INOVAȚIONAL DE GESTIUNE CA SUPTOR AL CREȘTERII COMPETITIVITĂȚII BĂNCILOR COMERCIALE

*Croitoru Aliona, lect. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova*

Although in the literature there is a wide range of management investigative tools on conditions of competitiveness growth, they do not always bring the desired results, especially in terms of increasing competitiveness of banks. Therefore, the development of innovative instruments in this respect, it satisfies more requirements of assessors and experts in the field, and provide a set of real indicators of superior utility in investigating the matter. In his time, taking into account the specific functionality of the Moldovan banking system, commercial banks' competitiveness could be measured with several „custom” instruments developed by the author, such as interbanking correspondence map (ICM); enterprise banking market map (EBMM); international banking presence (IBP) etc.

Key words: *National Bank of Moldova, commercial bank, composite approach „10C”, enterprise banking market map (EBMM), interbanking correspondence map (ICM), international banking presence (IBP), cumulative market share (CMS), level of concentration in the banking system (LCBS) etc.*

În general, băncile, ca și alte întreprinderi, trebuie administrate după principiul maximizării profiturilor și al minimizării riscurilor, cu respectarea restricțiilor de reglementare [4, p. 4]. Însă lucrul managerilor din domeniul bancar, spre deosebire de alte sfere ale businessului, este o știință și o artă aparte, întrucât aplicabilitatea modelelor clasice de gestiune trebuie complementarizate cu o pregătire profesională specială, adaptată cerințelor bankingului actual. În acest sens, managementul bancar poate fi definit ca un proces de gestionare a băncii prin stabilirea metodelor de atingere a scopurilor propuse și realizarea eficientă a operațiunilor bancare. A conduce o bancă înseamnă, în esență, a exercita, în mod armonios și continuu, funcțiile managementului (planificare, organizare, motivare și control), la toate nivelurile de gestionare, astfel, încât aceasta, în ansamblul său, cât și subsistemele sale integrate, sucursale, filiale, agenții, să-și realizeze obiectivele vizate [3, p. 9]. Ținând cont de cele expuse mai sus, managementul bancar înglobează un sistem complex de funcții, atribuții și implicații manageriale, care sunt orientate, prin excelență, la asigurarea garantată a profitului și stabilitatea băncii gestionate. Orice bancă acționează în economie ca un intermediar: pe partea atragerii și creditării economiei în scopul acumulării profitului, dar și pe cea de reglementare a operațiunilor derulate, în vederea protejării și menținerii riscurilor la cote admisibile.

În corespundere cu reperele teoretice general acceptate, pentru atingerea scopurilor sale, managementul bancar se impune prin două direcții majore de acțiune, și anume: 1) Direcția de management financiar, ale cărei subsisteme de gestiune sunt: a) managementul performanțelor (adică, managementul global); b) managementul riscurilor; 2) Direcția de management de personal. Prin management financiar se are în vedere gestionarea corectă a patrimoniului băncii, din care motiv această direcție se mai numește management al bilanțului bancar. Activitatea de management financiar impune condiții adecvate de atragere și gestionare a clienților, respectiv, de vânzare a serviciilor bancare ca element al sferei de producție a băncii. În direcția de management

al personalului bancar, se are în vedere gestionarea angajaților prin formarea colectivului de muncă, organizarea, dirijarea și controlul acestuia. De asemenea, managementul financiar utilizează metode matematico-financiare de evaluare, în timp ce managementul personalului presupune abilități din domeniul psihologiei și decurge din raporturile de muncă, care se referă la semnarea unor contracte complexe și complete de muncă, în care să fie clar stipulate drepturile și obligațiile angajaților și angajatorilor; crearea unui sistem de reciclare a cadrelor și mobilizarea personalului spre performanță prin creativitate și activitatea de inovare; stimularea și motivarea personalului; stipularea strictă a atribuțiilor fiecărui angajat și minimizarea factorului de dublare a funcțiilor.

Această abordare globală a managementului bancar trebuie completată cu ideea economistului român, Dedu V., potrivit căreia „construcția unui model de gestiune a unei bănci necesită un dublu demers: un efort de analiză pentru stabilirea variabilelor și a relațiilor dintre ele și unul de sinteză pentru a prezenta cât mai simplu sistemul analizat. Totodată, în optimizarea performanțelor bancare se utilizează, atât modele globale de gestiune, care se aplică sistemului în ansamblu, cât și modele parțiale sau subparțiale, care vizează numai unele componente ale acestuia” [4, p. 184]. Din această perspectivă considerăm drept piatră de temelie studiul managementului performanțelor, care, la rândul său, constituie o subcomponentă a managementului financiar. Astfel, managementul competitivității este tratat ca un subsistem al sistemului general de conducere al băncii.

În literatura de specialitate actuală, atât la nivel național, cât și internațional, problemele din domeniul managementului bancar, care fac referire la creșterea competitivității băncilor și sporirea siguranței lor, devin tot mai actuale. Vom remarca că acestea s-au impus, la finele anilor '90, atunci când au fost puse bazele bankingului, adică a științei cu privire la principiile și metodele de administrare a băncilor comerciale prin îmbinarea optimă a indicatorilor de rentabilitate și stabilitate bancară. Un aport însemnat, în acest sens, le-a revenit economiștilor americani Altman E., Rose P., Heine M.L., Miller LeRoy R., Pulsinelli R.W. ș.a. [2,1, 6, 7].

Internaționalizarea și uniformizarea, pe această bază, a naturii activității bancare, sofisticarea condițiilor de mediu și diversificarea operațiunilor și a principiilor de organizare a activității bancare, aplicarea lărgită a inovațiilor, modificarea rolurilor atribuite managerilor bancari, dezvoltarea funcțiilor băncilor comerciale, flexibilitatea strategiilor organizaționale și comerciale adoptate de bănci, creșterea gradului de concurență între bănci ș.a., au constituit, în ansamblu, un impuls pentru definitivarea unor noi premise în dezvoltarea conceptului de competitivitate bancară, care trebuie să fie în corespundere cu direcțiile și tendințele din sfera bankingului actual. Anume în această perioadă a și fost promovată concepția de implicare managerială orientată spre sporirea competitivității băncii. Termenul de *concepție* se referă la sistemul de idei, convingeri, judecăți etc., asupra unei cauze investigate, prin prisma eficacității și a eficienței viziunilor, abordărilor, deciziilor manageriale, adoptate în bancă, pentru realizarea activităților în condiții optime de funcționalitate [8].

De fapt, sporirea competitivității, prin prisma managementului băncii, are ca scop primordial identificarea surselor disponibile de competență distinctivă și îmbinarea acestora în vederea transformării lor în avantaje competitive. De reținut că managementul competitivității bancare nu reprezintă, o colecție de rețete, de șabloane obligatorii de aplicat, dar presupune capacitatea de discernământ, pricepere și talent din partea echipei managerilor, de folosire a celor mai adecvate metode și procedee, orientate către creșterea competitivității instituțiilor gestionate. În fine, prin implicația managerială orientată spre creșterea competitivității băncii s-ar putea înțelege acel set de mijloace cuprinse într-o abordare determinată, care i-ar permite managerului rezolvarea unor

probleme de ordin strategic, tactic sau operațional, în cel mai adaptabil și mai oportun mod posibil, în funcție de interesele și obligațiile asumate de bancă pe o piață de desfacere concretă.

Un set „special” de instrumente „de susținere” și de „adâncire” a investigațiilor în sfera managementului competitivității bancare, necesare managerilor s-ar referi la: abordarea compozită „10C”; Harta Pieței Întreprinderilor Bancare (HPÎB); Harta de Corespondență Internațională a Băncilor (HCI), Rata Prezenței Bancare în Rețeaua de Corespondență Străină (RPCRCS) etc.

Dintr-o perspectivă metodologică, dezbateră competitivității băncilor ar putea include:

1) Abordarea generală a competitivității băncilor comerciale pe bază factorială. Altfel spus, incidența factorială asupra competitivității băncii poate fi determinată de o serie de variabile: cantitative, calitative și de altă natură. Iată de ce autorul a considerat oportună elaborarea unui model managerial de referință, care să permită identificarea „perimetrului” de gestiune al competitivității unei organizații bancare, axat pe un sistem de determinanți primari, numindu-l **sistem determinist compozit – SDC** (de la englezescul *compositions*), adică rezultatul obținut în urma combinării, într-o manieră sistemică, a unor elemente interdependente [9]. În această direcție, **abordarea factorială compozită – „10 C”** va fi rezultanta următoarelor influențe: 1. Costurile (investițiile); 2. Capacitățile (nivelul economiilor de scară, gradul de valorificare al resurselor, timpul); 3. Cifra de afaceri (rezultatele, gradul de fezabilitate); 4. Cunoștințele, competențele și experiența (personalul); 5. Caracterul implicațiilor manageriale (strategiile și tacticile de management); 6. Contextul și conjunctura (mediul); 7. Concepțiile (cultura, tehnologiile ș.a.); 8. Certitudinea (securitatea afacerii, riscurile, nivelul de reglementare); 9. Conștiința (transparența, corectitudinea, adaptabilitatea, flexibilitatea) și 10. Complexitatea, continuitatea și interdependența factorilor (efectele sinergice).

2) Abordarea competitivității în baza puterii de piață a băncii. Având în vedere faptul că performanțele competitive ale băncilor comerciale nu pot fi măsurate numai prin indicatori globali, uneori determinați la scară mezo-, sau macroeconomică, un loc aparte trebuie acordat analizei patrimoniul băncilor comerciale, ca element generator de competitivitate. Astfel, în baza datelor asupra cotelor de piață ale băncilor comerciale din sectorul bancar moldovenesc, conform volumului de active bilanțiere înregistrate la sfârșit de an gestionar, băncile au fost partajate, după cum urmează în tabelul de mai jos.

Tabelul 1

Corelarea dimensiunii băncii comerciale și a volumului activelor de bilanț

<i>ANII</i>	<i>Volumul activelor bilanțiere înregistrate la sfârșit de an</i>	
	<i>2006</i>	<i>2007-2008-2009-2010-2011</i>
Bănci foarte mari	Active >3000 mln lei	Active >5000 mln lei
Bănci mari	1500 mln lei =< Active <3000 mln lei	3000 mln lei =< Active <5000 mln lei
Bănci mijlocii	400 mln lei =< Active <1500 mln lei	1000 mln lei =< Active <3000 mln lei
Bănci mici	Active < 400 mln lei	Active < 1000 mln lei

Sursa: elaborat de autor

Trebuie de menționat că, în procesul de analiză a situației din sistemul bancar al Republicii Moldova, Banca Națională ține cont doar de trei categorii de instituții bancare: mici, mijlocii și mari. Astfel, conform datelor BNM, la începutul anului 2012, pe piața bancară moldovenească

existau trei categorii de bănci comerciale, dintre care: 1) bănci cu active mai mici de 1000 mln lei; 2) bănci cu active cuprinse între 1000 și 3000 mln lei; și 3) bănci cu active mai mari de 3000 mln lei (Tabelul 1). Analizând cu atenție sistemul bancar național prin prisma tipurilor de instituții prezente pe piață, vom remarca că metodologia respectivă, de partajare a băncilor în trei categorii distinctive, în funcție de activele de bilanț posedate, este una depășită de timp. Astăzi, există o nouă modalitate de structurare pozițională, cu patru trepte, care este generată de natura puterii de piață și nivelul competiției actuale în sectorul bancar național. Cu atât mai mult că în cadrul fiecăruia dintre aceste grupuri de bănci, în special, în categoria băncilor mari, apar divergențe vădite privind puterea de piață generată de diferența mare a cuantumului activelor posedate de fiecare instituție în parte. De exemplu, activele BC „Moldova-Agroindbank” S.A., în ziua de 31.12.2011, depășeau de aproape trei ori activele BC „Banca Socială” S.A., deși erau considerate bănci mari. De aceea, s-a decis că, cel puțin, o grupă suplimentară va trebui instituită pentru a cota băncile foarte mari din sistem, adică pe acelea ale căror active de bilanț depășesc plafonul de 5000 mln lei. Prin urmare, în raport cu valoarea activelor de bilanț, raportate la activele agregate ale sistemului bancar moldovenesc, au fost identificate patru categorii de bănci comerciale, și anume: 1. Bănci foarte mari – cu active de peste 5000 mln lei; 2. Bănci mari – cu active cuprinse între 3000 și 5000 mln lei; 3. Bănci mijlocii – cu active cuprinse între 1000 și 3000 mln lei și, respectiv, 4. Bănci foarte mici – cu active sub 1000 mln lei, vezi Tabelul 2.5. În acest sens, menționăm că, la începutul anului 2012, în sistemul bancar moldovenesc, puteau fi identificate 4 bănci foarte mari; 2 – mari; 5 – de talie mijlocie și 4 – de talie mică, iar Figura 1 reprezintă sugestiv, puterea acestora în cadrul sectorului bancar autohton.

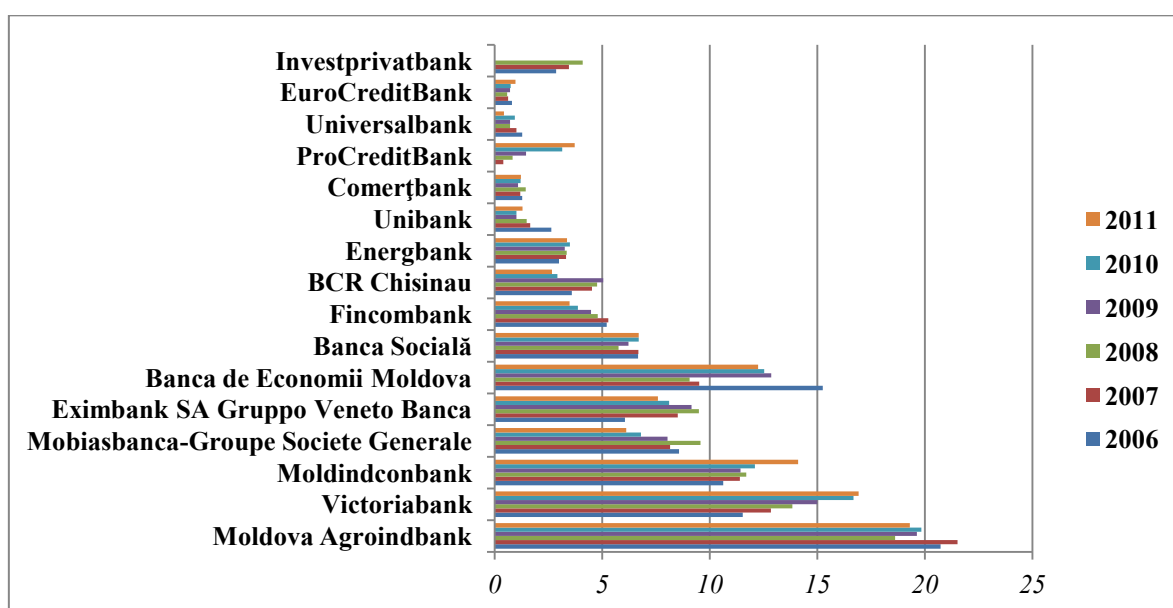


Figura 1. Variația cotelor de piață a băncilor stabilite în baza valorii activelor de bilanț (%)
Sursa: elaborată de autor

3) Abordarea competitivității bancare în baza Hărții Pieței Întreprinderilor (HPI). HPÎ este un model nou de concepere a poziției competitive a unei firme, inclusiv a băncilor, fiind elaborat și propus de către autor. Rolul HPI este de a scoate în evidență particularitățile mediului concurențial și stabilirea locului fiecărei organizații în sistemul relațiilor concurențiale de piață. În domeniul bancar, Harta Pieței Întreprinderilor Bancare (HPÎB) constituie, de asemenea, un instrument managerial util de determinare a locului ocupat de fiecare bancă în sistem, precum și

monitorizarea gradului de modificare a acestor poziții în timp, în funcție de capacitatea concurențială a băncilor analizate (Figura 2).

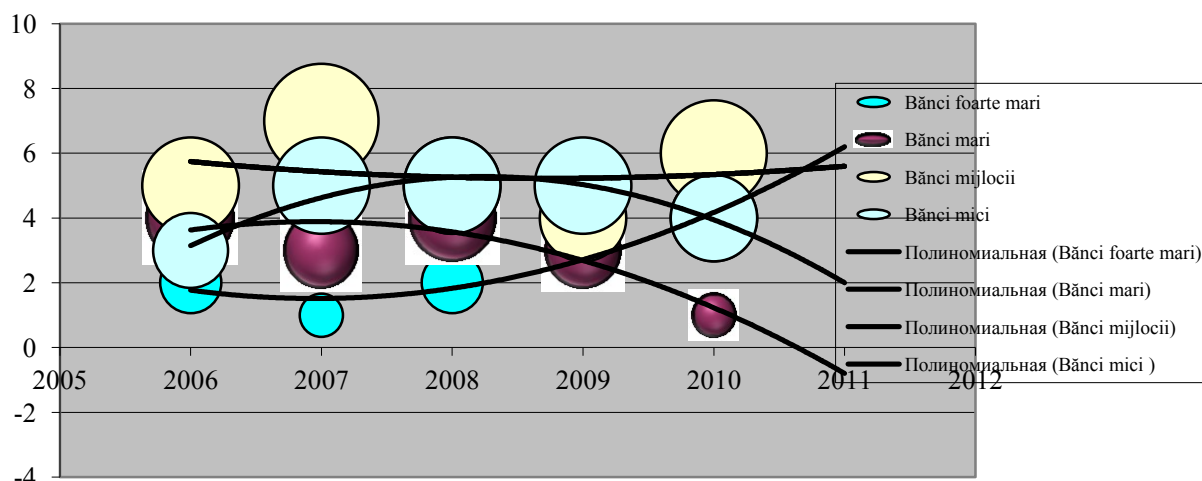


Figura 2. HPÎB din Republica Moldova

Sursa: elaborată de autor

În contextul pieței bancare din Republica Moldova, autorul prezintă HPÎB prin prisma puterii de piață pe categorii de instituții bancare, determinând forța economică a acestora la nivel de sector în baza activelor de bilanț și pe grupe de instituții.

4) Abordarea competitivității bancare în baza indicatorilor ce reflectă Prezența Internațională a Băncii (PBI).

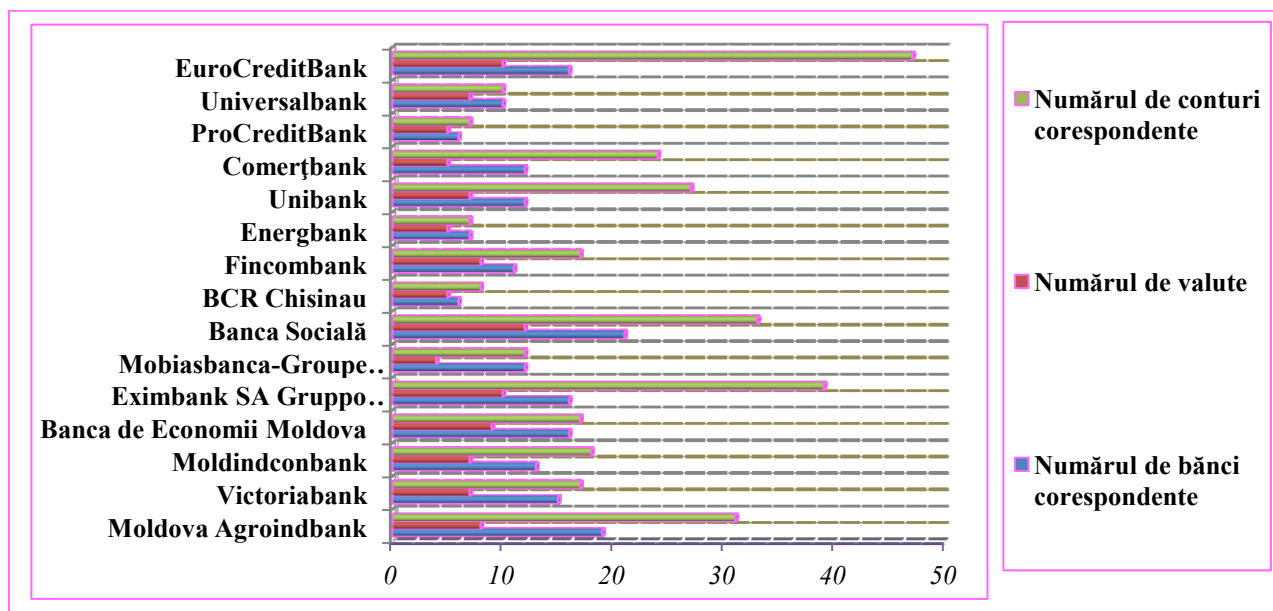


Figura 3. Reprezentare comparativă a RPBRCS în sectorul bancar național

Sursa: elaborată de autor

RPBRCS este un indicator în baza căruia managerii băncilor ar putea determina gradul de dezvoltare a rețelei lor de corespondență internațională, iar ca instrument ajutător s-ar putea constitui în baza acesteia a unei Hărți de Corespondență Internațională a băncilor (HCI). În Republica Moldova cea mai largă rețea de corespondență revine BC „EuroCreditBank” S.A., iar cea mai restrânsă – BC „Energbank” S.A.

5) Abordarea competitivității bancare în baza Nivelului de Concentrare în sistemul bancar pe activități specifice (NCSB). NCSB este un indicator care poate deriva în funcție de interesele urmărite de evaluator.

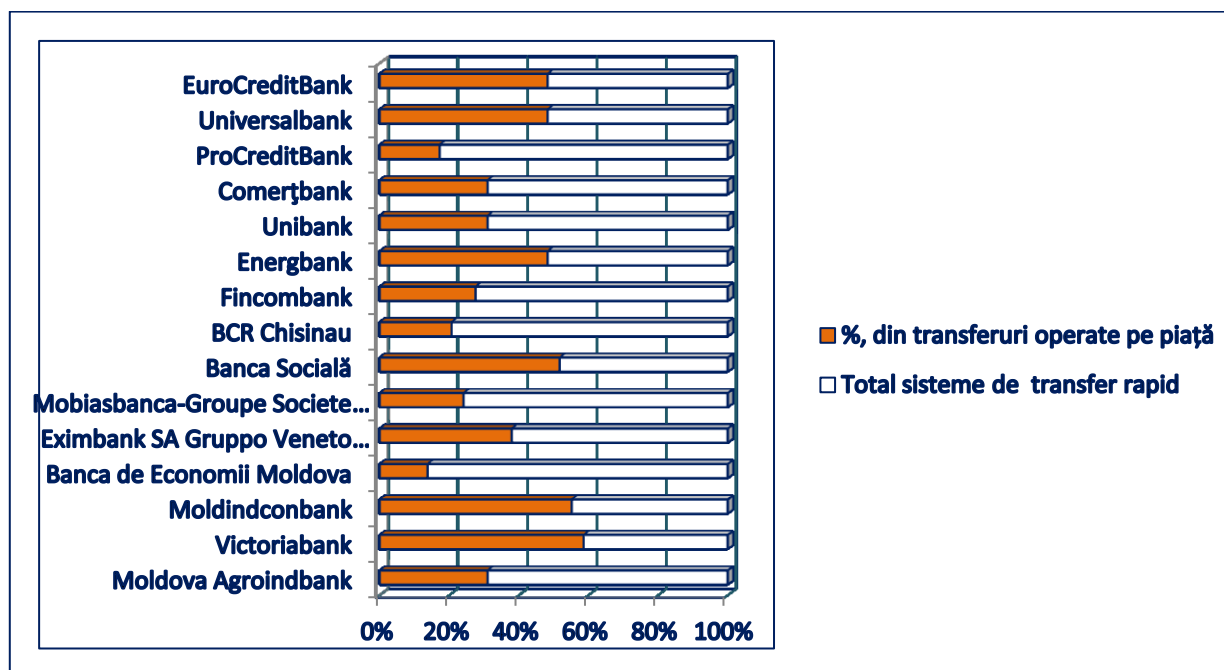


Figura 4. Concentrarea băncilor comerciale moldovenești pe sisteme de transferuri rapide de bani, 2012

Sursa: elaborată de autor

Spre exemplu, evaluarea NCSB pe piața națională a transferurilor rapide de bani, arată gradul de implicare a fiecărei bănci în sistemul internațional de bani și, respectiv, în sistemele de transferuri operate pe piață.

În concluzie, deși există o serie de cercetări ample în domeniu, o parte din investigațiile realizate au făcut referire la faptul că prezența teoriilor în literatura de specialitate cu privire la esența și natura managementului competitivității bancare este una relativ tânără și îngust dezvoltată, cel mai des, viziunile asupra competiției înscriindu-se în politica și strategia generală de gestiune a băncii. Totodată, elaborarea unui model definitiv de estimare a competitivității integrale a unei firmei sau bănci, deocamdată, nu există. În acest sens, o importanță considerabilă se acordă orientărilor impuse de conducerea entităților bancare în vederea stabilirii parametrilor de gestiune a competitivității. Așadar, managementul competitivității, într-adevăr, nu este unul simplu. Vorba e că chiar dacă la nivel de informații și instrumente de evaluare acestea abundă, nu-s suficient de precise. În acest context, au perfectă dreptate savanții români Ioncică M. și Petrescu E.C., când afirmă că absența unei metode universale de măsurare a performanței adaugă un plus de stres managerilor, care sunt judecați adesea după un mecanism pe care nu-l cunosc sau nu îl înțeleg în totalitate [5, p. 80]. De aceea, metodele și instrumentele de măsurare, prezentate și discutate mai sus, ar putea servi drept suport temeinic în vederea facilitării căilor de rezolvare a acestor probleme.

Bibliografie:

1. Altman, Edward I. Predicting financial distress of companies: revisiting the Z-score and Zeta models. *Journal of Banking and Finance* [on line]. New York University, 2000, 54 p. [accesat 11.01.2012]. Disponibil în PDF: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.25.1884&rep=rep1&type=pdf>
2. Altman, E. et al. Zeta analysis: a new model to identify bankruptcy risk of corporations. *Journal of Banking and Finance* [on line]. North-Holland Publishing Company, 1977, nr. 1, p. 29-54. [accesat 05.05.2012]. Disponibil în PDF: <http://people.stern.nyu.edu/ealtman/ZETA-Analysis.pdf>
3. Bușmachiu, E. *Managementul activității financiare a băncilor comerciale în perioada de tranziție*: Tz. doct. în șt. ec. Chișinău, 1999, 138 p.
4. Dedu, V. *Management bancar*. București: SILDAN'94, 1996, 246 p.
5. Ionciță, M. et al. Abordări macro și microeconomice ale competitivității în sectorul serviciilor. *Revista de Marketing Online*. 2008, nr. 1, vol. II, p. 76-82. [accesat 01.03.2013]. Disponibil în PDF: <http://www.editurauranus.ro/marketing-online/21/pdf/11.pdf>
6. Miller, LeRoy R., Pulsinelli R.W. *Modern Money and Banking*. United States, 1985, 661 p.
7. Поуз, П. *Банковский менеджмент*. Москва: ДЕЛЮ, 1995, 743 p.
8. [http://dexonline.ro/definitie/concep%C8%](http://dexonline.ro/definitie/concep%C8%99)
9. <http://www.ingleza-online.ro/dictionar-englez-englez.php?k=composition>

PARTICULARITĂȚILE CERCETĂRILOR DE MARKETING ÎN AGRICULTURĂ

Mîrza Sergiu, drd.,

Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Marketing research play a key role in the marketing system, because they provide the information necessary for its operation. Based on their known characteristics and market opportunities and can solve problems facing businesses.

Key words: *marketing research, marketing research process, research enterprise, research results.*

Cercetările de marketing îndeplinesc un rol esențial în sistemul de marketing, deoarece ele asigură informațiile necesare funcționării sale. Pe baza lor se cunosc caracteristicile și oportunitățile pieței și se pot rezolva problemele cu care se confruntă agenții economici.

Cercetările de marketing sunt indispensabile procesului fundamentării științifice a deciziilor, ele reducând aspectele de incertitudine în privința comportamentului de marketing al agenților economici.

Cercetările de marketing oferă informații despre consumatorii individuali sau organizaționali, despre atitudinile, opiniile și comportamentele lor, precum și despre starea și evoluția mediului de marketing, informații absolut necesare conceperii și realizării planurilor și strategiilor de marketing. În luarea deciziilor, managerii, desigur, fac apel la experiența și la intuiția lor, dar, pentru deciziile strategice, investigarea sistematică și obiectivă a fenomenelor de marketing reprezintă o necesitate.

Așa cum se definește de către Asociația Americană de Marketing, *cercetarea de marketing este funcția care leagă cumpărătorul, consumatorul și publicul larg cu specialistul de marketing prin intermediul informațiilor - informații prin care se identifică și se definesc oportunitățile și problemele, se generează, clarifică și evaluează acțiunile de marketing, se monitorizează performanțele de marketing și se asigură înțelegerea marketingului ca un proces. Cercetările de marketing stabilesc informațiile cerute de investigarea aspectelor legate de problema cercetată; stabilesc metodele de obținere a informațiilor; dirijează și asigură realizarea procesului de colectare a datelor, analizează rezultatele, comunică rezultatele obținute și implicațiile lor. În esență, o cercetare de marketing reprezintă un proces sistematic și obiectiv, generator de informații necesare adoptării deciziilor de marketing. El presupune culegerea, investigarea și analiza informațiilor legate de marketingul bunurilor, serviciilor, organizațiilor, oamenilor, locurilor și ideilor.*

Problematika cercetărilor de marketing este deosebit de amplă, deoarece ea poate avea în vedere oricare aspect al multiplelor activități de marketing și ale mediului de marketing. Spre exemplu, cercetarea de marketing poate avea în vedere, distinct sau simultan, componentele mixului de marketing, precum și factorii de micromediu - în primul rând, cercetarea pieței și cercetarea concurenței - factorii de macromediu și factorii de mediu supranațional. Cercetarea de marketing mai poate avea în vedere și analiza rezultatelor sau performanțelor obținute de către întreprindere.

Procesul cercetărilor de marketing în agricultură se constituie dintr-un ansamblu de *activități specifice*, puternic corelate între ele, care pot fi evidențiate sub forma următoarelor faze, în funcție de succesiunea lor logică, astfel:

1. Descoperirea și definirea problemei de cercetat;
2. Stabilirea ipotezelor și obiectivelor cercetării;
3. Proiectarea propriu - zisă a cercetării;
4. Colectarea datelor;
5. Pregătirea și analiza datelor;
6. Interpretarea rezultatelor și formularea concluziilor;
7. Elaborarea raportului cercetării.

Descoperirea și definirea problemei de cercetat. Procesul cercetării de marketing începe cu descoperirea sau identificarea temei ce va impune activitatea de cercetare. Aceasta poate fi o problemă cu care încep să se confrunte factorii de decizie, o oportunitate ivită în cadrul pieței sau o cerință privind caracterizarea unei piețe.

Identificarea problemei apărute înseamnă de fapt **descoperirea** a ceea ce se îndepărtează de la normalitate, a ceea ce este de nedorit pentru întreprindere. Descoperirea problemei, în general a unei teme de cercetare, ca fază inițială a cercetării, se regăsește de cele mai multe ori într-o formulare ambiguă sau mai puțin precisă, urmând ca, ulterior, aceasta să fie definită clar și apoi să se specifice ce anume trebuie cercetat.

Se consideră că o problemă sau o temă corect definită este o problemă sau o temă rezolvată pe jumătate. Și aceasta, deoarece, numai astfel pot fi stabilite direcțiile de cercetare și obiectivele cercetării.

Procesul definirii problemei de cercetat necesită:

a. orientarea obiectivelor cercetării în raport cu cerințele procesului decizional. Cercetătorul de marketing, prin misiunea pe care și-o asumă, urmărește **să răspundă unor obiective stabilite de către factorii de decizie**. De multe ori, pentru a clarifica natura problemei sau oportunității de marketing ivite, se impune o cercetare exploratorie.

Cercetarea exploratorie are menirea să asigure conturarea precisă a scopului cercetării și, în acest fel, determinarea obiectivelor specifice ale cercetării. Ea implică folosirea unor studii similare existente, a unor date existente, precum și obținerea unor noi informații prin intermediul anchetelor exploratorii și a studiilor pilot.

Anchetele exploratorii au rolul de a colecta date primare de la consumatorii finali, prin intermediul unui eșantion de proporții reduse, mai puțin riguros, cu scopul de a identifica noi aspecte importante pentru adâncirea cercetării.

Studiile pilot ce presupun, cu precădere, interviurile de profunzime și interviurile de grup, la rândul lor, oferă informații de ordin calitativ, care pot ghida cercetările ce urmăresc cunoașterea aspectelor cantitative ale variabilelor avute în vedere.

b. cunoașterea dimensiunii reale a problemei. Definirea problemei de cercetat necesită și **cunoașterea dimensiunii reale** a acesteia și, în primul rând, a laturii sale “invizibile”. Prin analogie cu „principiul iceberg” cercetătorul trebuie să ia în considerare nu numai partea vizibilă a ghețarului plutitor, ci, în primul rând, latura sa invizibilă, care de fapt reprezintă cea mai mare parte a acestuia. Deci, părțile cele mai periculoase ale problemelor de marketing sunt de fapt cele care nu sunt vizibile sau care nu sunt înțelese de către managerii de marketing.

c. înțelegerea esenței problemei. **Înțelegerea esenței problemei de cercetat** impune acordarea unei mari atenții departajării clare a simptomelor de cauza reală, deoarece nu

simptomele trebuie tratate, ci cauza reală care generează fenomenul apărut. Spre exemplu, o situație în care simptomul este confundat cu problema reală este următoarea: un producător de telefoane celulare a constatat că distribuitorii se plâng că prețurile de vânzare prea ridicate împiedică sporirea vânzărilor. Definierea problemei de cercetat, pornind de la simptomul constat, prevedea investigarea consumatorilor cu scopul de a cunoaște cu cât de mult trebuia să se reducă prețul. Problema reală, adică aspectul care reprezenta cauza reală, ținea însă de deficiențele existente în cadrul managementului vânzărilor: distribuitorii nu dispuneau de cunoștințe adecvate despre acest produs nou, bazat pe cele mai perfecționate tehnologii, pentru a putea comunica corect utilitatea acestuia.

Stabilirea ipotezelor și obiectivelor cercetării. O *ipoteză* în cercetarea de marketing este o afirmație sau o supoziție nedemonstrată care încearcă să explice anumite fapte sau fenomene; ea poate fi și un răspuns posibil pentru o întrebare a cercetării. Ipotezele sunt enunțuri care pot fi testate empiric pentru a se cunoaște care sunt adevărate și care sunt false. În forma sa cea mai simplă o ipoteză este de fapt o presupunere.

Stabilirea ipotezelor se face în faza inițială a cercetării. Formularea acestora impune o analiză logică, luând în considerare rezultatele unor cercetări anterioare, anumite teorii existente, informații recente provenind din diferite surse etc. Cercetătorul pe baza ipotezelor planifică și concepe, practic, întreg procesul cercetării. Ipotezele direcționează investigația și indică ce date sunt necesare pentru faza de analiză.

Ipotezele cercetării se pot concepe ca *ipoteze generale* - cele care au rolul de a imprima direcțiile de bază ale cercetării - și ca *ipoteze statistice*. O *ipoteză statistică* reprezintă supoziția care se face cu privire la parametrii unei repartiții sau la legea de repartiție pe care o urmează anumite variabile aleatoare. Procedul de verificare a unei ipoteze statistice poartă numele de *test* sau *criteriu de semnificație*.

Ipotezele statistice sunt concepute ca *ipoteze nule* (H_0) și ca *ipoteze alternative* (H_1).

Ipoteza nulă este o afirmație despre un status quo. În esență, ea este acea afirmație care comunică ideea că orice schimbare de la ceea ce s-a gândit că este adevărat se va datora în întregime erorilor aleatoare.

Ipoteza alternativă este o afirmație care reflectă opusul ipotezei nule. Scopul formulării ipotezei alternative este de fapt acela de a indica o posibilitate de neconfirmare a ipotezei nule.

În general, o ipoteză nulă se formulează în sensul inexistenței unei diferențe între două sau mai multe grupuri de consumatori, având în vedere comportamente, opinii, atitudini, intenții etc. ale acestora. Ipoteza alternativă este aceea care afirmă că există diferențe semnificative între grupurile respective în legătură cu aspectul cercetat.

Obiectivele cercetării sunt stabilite de către cercetătorii de marketing așa cum rezultă ele din definierea problemei de cercetat. Ele exprimă scopul cercetării în termeni măsurabili și definesc exact ce anume trebuie să realizeze cercetarea.

Transpunerea corectă a problemei de marketing în obiective ale cercetării reprezintă o activitate esențială pentru desfășurarea acesteia.

Pornind de la definierea clară a problemei de cercetat, putem ajunge la stabilirea obiectivelor cercetării, parcurgând succesiv trei etape, cărora le revin următoarele tipuri de activități:

- "divizarea" problemei de cercetat în aspectele ei de bază, având în vedere cerințele existente din perspectiva de marketing și de management;
- formularea întrebărilor cercetătorului în legătură cu aspectele de bază desprinse anterior;

- stabilirea obiectivelor cercetării, având în vedere fiecare din întrebările pe care și le pune cercetătorul.

Pot exista situații când obiectivele cercetării reflectă cerințe de informații extrem de specifice, cerute de procesul de decizie. Ele se vor regăsi, ca atare, în întrebările chestionarului, în obiectivele activității de observare, în obiectivele experimentului sau în obiectivele unui proces de simulare. În funcție de obiectivele cercetării vom alege metoda de cercetare care poate asigura obținerea informațiilor de care avem nevoie.

Proiectarea cercetării. Proiectarea cercetării reprezintă un *plan* care specifică contextul studiului precum și procedurile ce se impun pentru colectarea, obținerea și analiza informațiilor necesare. Obiectivele cercetării, stabilite anterior, stau la baza alegerii metodei de cercetare, a surselor de obținere a datelor primare și secundare, a metodologiei de eșantionare și de stabilire a mărimii eșantionului, a variabilelor ce se vor examina și a modului lor de măsurare, a metodelor de analiză, a costurilor cercetării și a perioadei de desfășurare a cercetării.

Pentru cercetările descriptive și cauzale cercetătorul poate opta, în funcție de obiectivele și restricțiile cercetării, pentru o anumită metodă sau tehnică de cercetare, inclusiv pentru o anumită combinație a acestora: anchetă, experiment, simulare, observare și date secundare.

Ancheta reprezintă cea mai utilizată metodă de obținere a datelor primare. Prin date primare sau informații primare înțelegem orice relații verbale, scrise, cifrice sau sub forma unor simboluri, ce reflectă comportamente, opinii, evaluări, atitudini, motive, intenții, preferințe etc., obținute pentru prima oară, printr-o metodă sau alta, de la cei care le posedă (persoane fizice, organizații etc.). Ancheta presupune existența unui chestionar și a unui eșantion reprezentativ pentru populația avută în vedere în cazul unei cercetări descriptive sau explicative. Componentii eșantionului pot fi contactați direct, prin telefon, prin intermediul poștei, prin Internet etc.

În condițiile în care realizarea cercetării de marketing impune desfășurarea unei anchete, atunci problematica eșantionării devine o fază distinctă a cercetării. Aceasta va presupune, în primul rând, stabilirea populației care va face obiectul cercetării și identificarea cadrului sau a bazei de eșantionare din care urmează să se aleagă unitățile eșantionului în cazul metodelor probabilistice de eșantionare. De asemenea, se pune și problema stabilirii unității de eșantionare: persoană fizică, familie, gospodărie, firmă etc. O problemă deosebită a eșantionării o reprezintă determinarea mărimii eșantionului astfel încât acesta să fie reprezentativ pentru populația avută în vedere. Reprezentativitatea eșantionului depinde însă și de modul în care se face selecția elementelor sale constitutive. În acest sens, se pot utiliza două tehnici: eșantionarea probabilistică și eșantionarea neprobabilistică, fiecare din ele conținând o serie de metode care vor fi analizate ulterior.

Experimentele sunt utilizate, îndeosebi, în situațiile în care se are în vedere cunoașterea relațiilor cauză - efect. Ele urmăresc cunoașterea schimbărilor ce pot interveni la nivelul unei variabile (dependente), atunci când una sau mai multe variabile (independente) se modifică într-un context bine definit. Testele de marketing, spre exemplu, sunt o formă răspândită de manifestare a experimentului de marketing. Experimentul de marketing se poate realiza în laborator sau pe teren. Experimentele de laborator oferă posibilitatea măsurării directe a efectelor stimulilor la care este supus subiectul. Experimentele de teren sunt realiste, dar cunoașterea și măsurarea efectelor se face mult mai greu.

Simularea reprezintă un proces care se caracterizează prin abstractizarea realității într-o modalitate cât mai apropiată de situațiile reale, cu scopul de a realiza observări, analize și evaluări. Simularea implică conceperea unui model matematic sau a unei expresii logice prin care se

urmărește reproducerea caracteristicilor operaționale ale sistemului simulat. Intrările în model vor exprima evenimente posibile să apară în realitatea simulată, iar ieșirile vor reflecta răspunsurile posibile ale sistemului real. Modelele de simulare permit cunoașterea și înțelegerea mai bună a interacțiunii și interdependențelor dintre variabile, permit evaluarea consecințelor unor acțiuni preconizate, verificarea șanselor de succes ale unei acțiuni de marketing etc.

Observările permit obținerea de informații privind comportamentul consumatorilor fără a apela la consultarea directă a acestora. Observările pot fi directe și indirecte. Cele directe se manifestă atunci când se urmărește și se înregistrează cum procedează un consumator, spre exemplu, când cumpără un anumit produs sau mai multe produse. Observările indirecte se manifestă atunci când se analizează unele efecte ale unui consum anterior de bunuri (identificarea ambalajelor unor produse aruncate în diferite containere). Observarea poate fi realizată de către anumite persoane sau de către aparate electronice (camere video, scanere optice etc.).

Datele secundare sunt utilizate în toate tipurile de cercetări. Ele sunt constituite din relatări scrise, cifrice sau simbolice, culese și stocate anterior, având la bază diferite cerințe, altele decât cele ale cercetării avute în vedere. Ele pot fi: date secundare interne și date secundare externe.

Datele sau informațiile secundare interne cuprind datele disponibile în cadrul organizației. Spre exemplu, într-o întreprindere, este vorba de toate datele privind planificarea și realizarea activităților de cercetare-dezvoltare, aprovizionare, producție, desfacere, personal, reflectate în costuri și profituri, stocate de-a lungul timpului în numeroase modalități. Problema care se pune este aceea de a le aduce într-o formă care să fie relevantă pentru activitatea de cercetare. Se pune deci problema conversiei datelor, adică problema schimbării formei lor originale într-o formă adecvată atingerii obiectivelor cercetării.

Datele sau informațiile secundare externe se referă la datele care se găsesc în diverse lucrări aflate în biblioteci, în rapoartele diferitelor asociații și organizații, în publicațiile editurilor, în reviste și ziare, în publicațiile academice, în publicațiile oficiale ale ministerelor, guvernului etc.

Colectarea datelor. Culegerea sau colectarea datelor se poate realiza de către persoane anume desemnate sau de către aparatură electronică.

Diferitele metode de cercetare determină metode diferite de culegere a datelor. Spre exemplu, metoda anchetei poate pretinde realizarea interviurilor personale directe, pe bază de chestionar. O observare a subiecților într-un magazin se poate face utilizând camera de luat vederi. Se pune problema ca activitatea de culegere a datelor să elimine sau să minimizeze erorile care pot să apară în această fază.

Pregătirea și analiza datelor. După colectarea datelor se pune problema aducerii acestora într-o formă care să permită redarea cât mai clară a răspunsurilor la întrebările puse. Această preocupare implică o activitate de pregătire a datelor, anterioară deci introducerii lor în calculator. Ea începe prin a controla existența omisiunilor, lizibilitatea răspunsurilor, corectitudinea clasificărilor cerute, inclusiv identificarea greșelilor făcute de operator (transcrierea greșită a unui răspuns). În această fază un rol important pentru activitatea de analiză revine codificării datelor care permite interpretarea, clasificarea, înregistrarea și stocarea acestora.

Analiza presupune înțelegerea logică a datelor colectate de la subiecți. Pentru aceasta se utilizează o gamă largă de metode analitice, statistice, în funcție de: obiectivele cercetării, modalitățile de eșantionare, tipul de scale utilizate, natura datelor culese etc.

Interpretarea rezultatelor și formularea concluziilor. Pe baza analizei informațiilor rezultate din prelucrarea statistică a datelor se desprind o serie de tendințe, se descoperă o serie de legături și corelații, se confirmă sau se infirmă ipotezele cercetării sau ipotezele testelor statistice.

Toate acestea se impun a fi interpretate cu scopul de a caracteriza și înțelege fenomenele de marketing avute în vedere. Pe această bază pot fi formulate o serie de concluzii și propuneri menite să ofere factorilor de decizie suportul necesar adoptării deciziilor ce se impun. Valoarea concluziilor și propunerilor depinde de modul în care acestea pot contribui la rezolvarea problemei.

Raportul privind cercetarea de marketing are menirea de a comunica rezultatele obținute. Această comunicare se poate face, în funcție de scopul urmărit, sub diferite forme și anume:

- sub forma unui raport succint, de 1 - 2 pagini, în care se menționează: problema care a făcut obiectul cercetării, metoda de cercetare aleasă, rezultatele principale și concluziile mai importante. Acest raport nu trebuie redactat într-un limbaj tehnicist;
- sub forma unui raport mai amplu, de 10 - 20 pagini, cu dezvoltări ale aspectelor menționate anterior, inclusiv precizări legate de limitele studiului; el este destinat unor persoane cu funcții de conducere;
- raportul detaliat care va cuprinde tot ce s-a întreprins pentru realizarea cercetării și tot ce s-a făcut pentru obținerea rezultatelor. El este destinat experților în marketing.

Rezultatele cercetării pot face și obiectul unei prezentări orale, în diferite maniere, cu niveluri diferite de detalieri.

În Republica Moldova cercetări de marketing în agricultură realizează diferite organizații.

Una din aceste organizații și cea mai importantă este **Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova (BNS)**, care are misiunea de a elabora politici în domeniul statisticii și asigură autoritățile publice centrale și locale, mediul de afaceri, cercetarea științifică, mediul academic universitar, mass-media, publicul în sens larg și alte categorii de utilizatori, inclusiv organizațiile și organisme internaționale după caz, cu date și informații statistice de calitate și la timp, cu privire la situația socială și economică a țării.

În domeniul statisticii agriculturii în anul 2012 au fost realizate un șir de acțiuni menite să favorizeze finalizarea bazei de date și a lucrărilor pentru publicarea rezultatelor Recensământului General Agricol (RGA). În acest scop cu concursul experților FAO în perioada menționată s-au întreprins activități majore privind elaborarea aspectelor metodologice de analiză calitativă a datelor RGA și compararea acestora cu alte date statistice și administrative; elaborarea metodelor de corectare a erorilor în baza de date și efectuarea corecțiilor manuale sau automate prin intermediul aplicației IT; efectuarea analizei, verificării și corectării, testarea și ajustarea bazei de date; efectuarea inferenței statistice și extinderea datelor culese prin sondaj; crearea integrală a bazei de date pe țară și în profil teritorial, ajustarea și validarea datelor finale ale recensământului.

Particularitățile și principiile metodologice ale sistemului statistic agricol armonizat au fost elucidate și discutate în cadrul seminarului organizat cu experții FAO. La eveniment au participat instituțiile publice de resort cu care BNS are o colaborare fructuoasă în domeniul statisticii agriculturii: Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Economiei, Institutul de Economie, Finanțe și Statistică, Agenția Relații Funciare și Cadastru, Academia de Științe a Moldovei. Subiectul prezentării făcute de experții FAO a fost unul elocvent și oportun, având în considerație faptul că, BNS este la etapa finală de prelucrare a datelor Recensământului General Agricol (RGA) care a avut loc în țara noastră în perioada 15 martie -15 aprilie 2011. În cadrul evenimentului au fost expuși indicatorii și datele care pot fi extrase din bazele de date ale Recensământului, informație necesară pentru elaborarea politicilor de dezvoltare a domeniului agricol din țară. În luarea lor de cuvânt experții FAO au menționat că, la organizarea RGA în

Republica Moldova s-a ținut cont de recomandările și cerințele Uniunii Europene (UE) și FAO, eficiența Recensământului agricol din Moldova fiind anume în faptul că, indicatorii și rezultatele lui pot fi comparabile atât cu cele ale UE, cât și FAO.

Paralel cu realizarea activităților specifice Recensământului au fost colectate, prelucrate și puse la dispoziția utilizatorilor date statistice referitoare la producția vegetală și animală și conturile economice. Activitatea de bază în domeniul statisticii agriculturii curente a fost efectuarea trimestrială a complexului cercetărilor statistice selective a producătorilor agricoli mici. De asemenea, a fost efectuată cercetarea selectivă vizînd prețurile la mărfurile și serviciile procurate de către producătorii agricoli în anul 2011 în întreprinderile agricole și organizațiile-furnizoare de mărfuri și servicii pentru agricultură.

În anul 2012, de asemenea, a fost elaborat proiectul Metodologiei de calcul a balanțelor resurselor alimentare și utilizării lor în conformitate cu cerințele FAO.

A fost editată culegerea statistică „Activitatea agricolă a micilor producători agricoli în Republica Moldova în a. 2011”. Publicația reflectă rezultatele cercetării activității agricole în anul 2011 a gospodăriilor personale auxiliare ale cetățenilor și a gospodăriilor țărănești (de fermier) care dețin terenuri de pămînt cu suprafața mai mică de 10 ha. În publicație este prezentată informația vizînd atât suprafețele însămînțate, structura lor, efectivul animalelor și păsărilor și volumul producției agricole, cât și datele vizînd veniturile obținute din activitatea agricolă, mărimea și structura consumurilor și cheltuielilor pentru producția vegetală și animală, utilizarea producției agricole etc. Publicația conține descrierea principiilor metodologice de bază privind efectuarea cercetării, comentariul analitic al rezultatelor obținute și materialul tabelar pentru anii 2007 - 2011, în total pe țară, pe categoriile de producători cercetați.

O altă instituție care realizează cercetările de marketing în agricultură este **Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) "Viitorul"**, care reprezintă o instituție de cercetare, instruire și inițiativă publică, care activează pe o serie de domenii legate de: analiză economică, guvernare, cercetare politică, planificare strategică și management al cunoștințelor. IDIS activează în calitate de platformă comună care reunește tineri intelectuali, preocupați de succesul tranziției spre economia de piață și societatea deschisă în Republica Moldova. Ultimul studiu efectuat de IDIS în domeniul agriculturii a fost realizat în anul 2011 cu denumirea „Sistemul de subvenționare în agricultură administrat de Agenția de intervenție și plăți în agricultură”.

De asemenea, putem menționa și alte organizații cum ar fi *Centrul de Investigații Sociologice și Marketing CBS-AXA, Federația Națională a Agricultorilor din Moldova AGRO inform* etc.

În Republica Moldova există multe întreprinderi care efectuează diferite cercetări de marketing la comandă. Pe lângă cele menționate mai sus, mai există și altele cum ar fi: IMAS-INC Chișinău, Avia Grup-Design SRL, Market Researches Moldova, Opinia SRL, Centrul de instruire și consultanță în afaceri MACIP, Comersant Plus SRL, Vox-Design SRL, Galart media SRL și Halm Design SRL.

Din activitatea instituțiilor care efectuează cercetări de marketing în domeniul agriculturii putem evidenția câteva particularități ale cercetărilor de marketing în acest domeniu:

- în comparație cu alte domenii ale economiei naționale în agricultură metoda de culegere a datelor este diferită din motivul că, obiectele cercetărilor sunt mici și multe;
- nivelul de mecanizare și automatizare a informației în agricultură se diferă de alte ramuri, ceea ce se răsfrînge asupra sferei de culegere a datelor;

- personalul în agricultură este mai slab pregătit în comparație cu alte ramuri ale economiei naționale;
- amplasarea întreprinderilor în agricultură se deosebește de amplasarea uzinelor, fabricilor în industrie. Aceasta influențează vădit asupra culegerii informației care este mai complicată decât în alte domenii ale economiei.

În concluzie, am putea menționa, că procesul de realizare a cercetărilor de marketing în agricultură este în dezvoltare, fiind la un nivel începător cu toate că țara noastră este una agrară. Reieșind din aceasta, am putea propune: de intensificat cercetările de marketing în agricultură, o parte din ajutoarele externe pentru agricultură de îndreptat spre cercetare, cointeresarea întreprinderilor de a efectua cercetări în domeniul agriculturii prin acordarea ajutoarelor de stat sau scutiri de impozite. Toate acestea, în final, vor contribui la dezvoltarea agriculturii și a țării în întregime.

Bibliografie:

1. Lefter, Constantin. *Cercetarea de Marketing. Teorie și practică*. Editura Lux Libris, 1998.
2. Zikmund, G. William. *Essentials of Marketing Research*. The Dryden Press, 1999.
3. www.statistica.md
4. www.yellowpages.md

CONTRIBUȚIA ȚĂRILOR CU ECONOMII EMERGENTE LA EVOLUȚIA PIB MONDIAL

*Anton Lia, drd.,
Academia de Studii Economice din Moldova*

The emerging markets are represented by countries with social or commercial activity that is involved in a rapid economic growth and industrialization process. The even greater importance of the emerging market economies and of the developing countries ("emerging economies") is striking from a demographic and also from an economical point of view as well as on a macroeconomic and a microeconomic plan. Over 80% of the world's population lives in the emerging economies. Moreover, taking into account the important current economic changes, a greater number of emerging companies deal with an alert urbanization rhythm and massive migrations from rural areas to cities. One must say that Brazil, Russia, India and China represent the world's largest emerging economies, forming the so-called group BRIC. Not far from them there are Mexico, South Korea and Indonesia, all of them being among the world's first 15 economies. At a time when Europe and the United States of America have increasingly greater financial problems, we can expect that the world order, should change very soon, at least from an economic point of view, even in the coming years.

Key words: *emerging economy, production patterns, purchasing power, economic stabilisation, trade opportunities.*

În pofida caracterului global al crizei, o serie de țări au reușit să facă față acestui șoc, urmărind un traseu ascendent, prin aceasta contribuind substanțial la dinamica economiei mondiale. Datorită politicii inițiate, țările cu economie emergentă au reușit să atingă ritmuri de creștere spectaculoase.

Piețele emergente sunt reprezentate de țările cu activitate socială sau comercială aflată într-un proces rapid de creștere economică și de industrializare. Importanța crescândă a economiilor emergente și angajamentul lor în creșterea comerțului sunt factorii ce vor sta la baza unor schimbări profunde în modelele de producție și cerere la nivel global. Economiiile emergente au avut un început de an bun, considerându-se că evoluțiile pozitive vor continua, pe măsură ce riscurile asociate creșterii economice se diminuează. Țările emergente trebuie să se concentreze acum pe capitalizarea noilor oportunități comerciale din regiunile lor și vor fi cel mai bine poziționate pentru asigurarea unei creșteri puternice și sustenabile în viitor. În prezent, exporturile economiilor emergente depășesc 10% din PIB-ul mondial - un procent mai mult decât dublu față de acum 10 ani. În următorii 20 de ani, cota acestora se va apropia de 20% - dublu față de cota economiilor dezvoltate.

Pentru prima dată în istorie, Produsul Intern Brut (PIB) combinat al piețelor emergente, ajustat la paritatea puterii de cumpărare, depășește PIB combinat al economiilor avansate. În economie paritatea puterii de cumpărare (PPC) este o metodă folosită pentru a calcula rata de schimb alternativă între monedele a două țări. PPC-ul măsoară puterea de cumpărare a unei monede, într-o unitate de măsură internațională (de regulă, dolari), deoarece bunurile și serviciile au prețuri diferite în unele țări comparativ cu altele. Potrivit Fondului Monetar Internațional, economiile dezvoltate vor avea un PIB ajustat 42,8 trilioane de dolari în 2013, în timp ce economiile emergente 44,4 trilioane de dolari.

Exporturile Zonei Euro se ridicau, în 2011, la 895 miliarde de dolari, în creștere față de 230 de miliarde de dolari în anul 2000. Peste 20 de ani, acestea vor depăși nivelul comerțului intracomunitar.

Nu doar comerțul cu bunuri va înregistra o creștere rapidă în următorii 10 ani. Până în 2020, Europa va exporta mai multe servicii către Asia emergentă decât către America de Nord. Exporturile de servicii din SUA către America Latină se vor extinde, de asemenea, rapid, determinând o creștere puternică și o accentuare a diversificării economice în America Latină. Sectorul bancar, al asigurărilor și al diverselor servicii financiare din piețele emergente va crește pe măsura ce economiile acestora se maturizează, iar clasa de mijloc devine mai puternică, oferind noi oportunități pentru relațiile comerciale. Cererea de servicii financiare complexe este deja în expansiune rapidă, pe măsură ce nivelul de bunăstare crește.

Raportul Rapid Growth Markets Forecast al Ernst & Young indică o accelerare a creșterii de la 4,7%, în 2012, la 6%, în 2014, ceea ce denotă și o stabilizare a mediului economic. Anul 2014, de altfel, pare a fi și anul în care exportul țărilor în dezvoltare îl va depăși pe cel al economiilor puternice.

Importanța tot mai mare a economiilor de piață emergente și ale țărilor în curs de dezvoltare („economii emergente”) este izbitoare atât din punct de vedere demografic, cât și din punct de vedere economic, precum și în plan macroeconomic și, respectiv, microeconomic.

În economiile emergente trăiește peste 80% din populația lumii. De asemenea, ținând seama de schimbările economice profunde în curs, un număr mare de economii emergente se confruntă cu un ritm alert de urbanizare și cu migrații masive din zonele rurale către orașe.

Dacă, pe de o parte, datele demografice indică valori ridicate, pe de altă parte, forța economică a acestor țări este, de asemenea, tot mai apreciabilă. **Figura 1** prezintă ponderea economiilor emergente în producția mondială, determinată pe baza cursurilor de schimb ale pieței, care a crescut de la sub 20%, la începutul anilor 1990, la peste 30% în prezent. Prin utilizarea conceptului „paritatea puterii de cumpărare (PPC)” – respectiv, luând în considerare diferențele în ceea ce privește costul vieții, ponderea economiilor emergente în PIB mondial depășește deja 45%, valoare superioară cu 13 puncte procentuale celei înregistrate la începutul anilor 1990. Conform *World Economic Outlook*, publicație realizată de FMI, această pondere va depăși 50% în anul 2013.

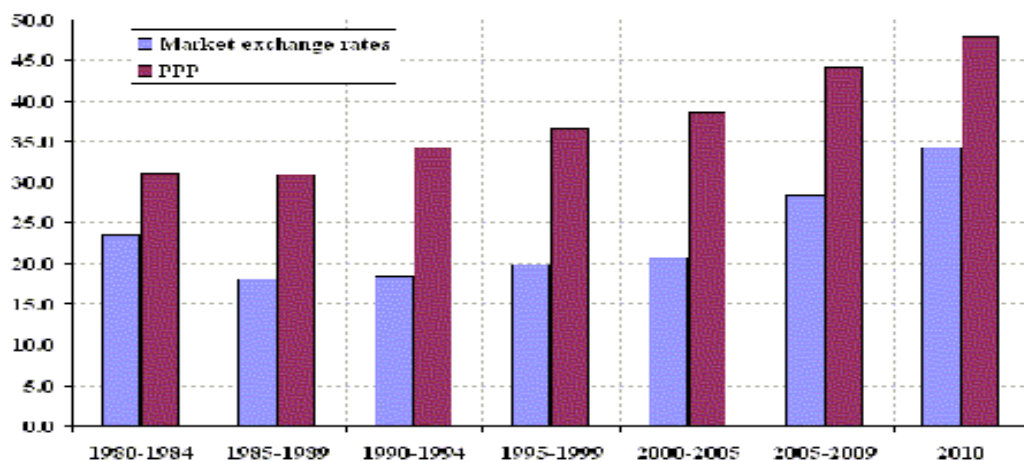


Figura 1. Ponderea economiilor emergente în PIB mondial

Sursa: *World Economic Outlook*, FMI, iunie 2011. <http://www.imf.org>

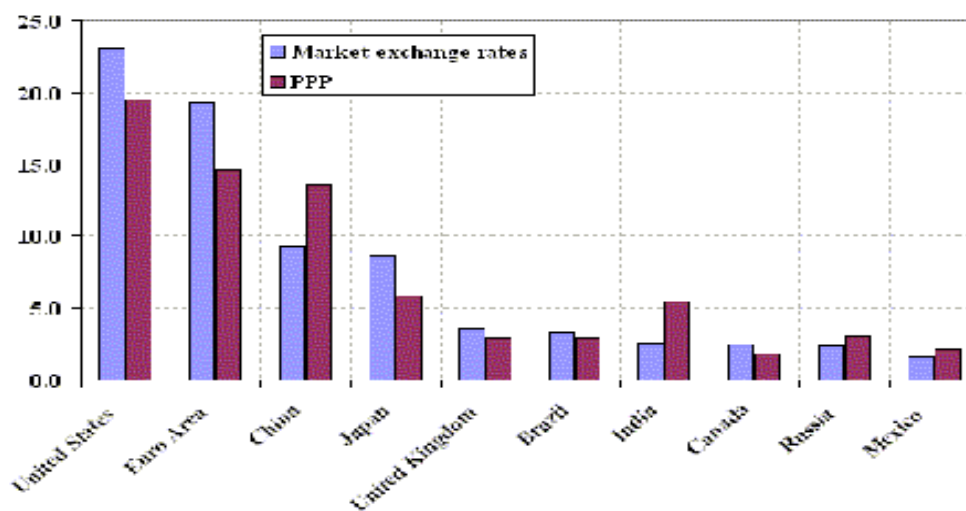


Figura 2. PIB pe țări în anul 2010.

Sursa: World Economic Outlook, FMI, iunie 2011. <http://www.imf.org>

Aflată deja la o cotă importantă, ponderea acestor economii continuă să crească într-un ritm alert. Ritmul de creștere a economiilor emergente și rezistența sporită a acestora la turbulențele economice și financiare sunt încurajatoare pentru economia mondială, care se poate baza pe dinamismul economiilor emergente într-o măsură mai mare decât în trecut. Populația din economiile emergente a profitat de avantajele care decurg din această dezvoltare rapidă, ceea ce a asigurat standarde de viață mai ridicate. În perioada 2000-2009, PIB pe locuitor a înregistrat o creștere. Integrarea economiilor emergente pe piețele internaționale de bunuri și servicii a avut loc într-un ritm la fel de rapid. Referitor la exportul mondial de bunuri și servicii, ponderea cumulată a economiilor emergente aproape s-a dublat în intervalul cuprins între începutul anilor 1990 și anul 2010, plasându-se la aproximativ 35%.

Deși importanța economiilor emergente crește într-un ritm alert la nivel macroeconomic, se observă amplificarea rolului acestora și în plan microeconomic. În acest context, de exemplu, deja în anul 2000, șapte dintre cele mai mari 25 de companii internaționale, în ceea ce privește valoarea de piață, proveneau din economii emergente (Tabelul 1).

Tabelul 1. Clasamentul celor mai mari firme internaționale, realizat de Forbes, 2000

Clasament Forbes 2000	Denumire companie	Țara de proveniență
Locul 1	IBC	China
Locul 2	CHINA CONSTRUCTION BANK	China
Locul 8	AGRICULTURAL BANK OF CHINA	China
Locul 9	PETROCHINA	China
Locul 10	BANK OF CHINA	China
Locul 17	GAZPROM	Rusia
Locul 20	PETROBRAS	Brazilia

Perspectivile economice pe termen lung reies din realitatea că situația actuală se prezintă promițătoare pentru economiile emergente, dar perspectivele par să fie și mai favorabile. Proiecțiile referitoare la creșterea pe termen lung, bazate pe tendințele demografice și pe modelele

privind acumularea de capital și productivitatea, indică probabilitatea ca economiile emergente să dețină un rol și mai important în economia mondială. În acest sens, o serie de studii din raportul trimestrial, lansat de Ernst & Young - Rapid Growth Markets Forecast (RGMF) au ajuns la concluzii surprinzătoare cu privire la perspectivele de creștere ale economiilor emergente. Astfel, Brazilia, Rusia, India și China ar putea să reprezinte, în ansamblu, peste jumătate din puterea economică de care dispun în prezent primele șase state cele mai industrializate până în anul 2025, iar în mai puțin de patru decenii ar putea chiar să le depășească.

Totodată, rolul tot mai important deținut de economiile emergente oferă mai multe oportunități zonei euro. În mod deosebit, creșterea vertiginoasă înregistrată de economiile emergente determină majorarea cererii asociate anumitor bunuri și servicii comercializabile, pentru care zona euro deține avantaje comparative. Concurența la nivelul economiilor emergente potențează, de asemenea, stimulentele privind realizarea de noi progrese, la nivelul zonei euro, în domeniul reformelor structurale, care sunt indubitabil necesare.

De asemenea, zona euro deține potențialul necesar pentru a beneficia de avantajele asociate noilor oportunități create de economiile emergente. Exportul și importul de bunuri și servicii ale acestora figurează cu ponderi importante în PIB. În această privință, trebuie evidențiat faptul că ponderea exportului zonei euro (exclusiv relațiile comerciale în interiorul zonei euro) către Asia s-a majorat de la 19% în anul 2000 până la 22% în anul 2009, în timp ce exportul către Statele Unite s-a restrâns de la 17% la 12% în același interval. Ponderea Chinei în exportul total al zonei euro a sporit de la 2% în anul 2000 până la 5,3% în anul 2009. În aceeași perioadă, exportul către Rusia a cunoscut un avans mai mult decât dublu, de la 1,8% la 3,9%, depășind livrările cu destinație spre Japonia, deși ponderea Rusiei în exportul total a fost chiar mai semnificativă în anul 2008 (5,0%), în perioada anterioară prăbușirii schimburilor comerciale la nivel mondial. O tendință similară, deși într-o măsură mult mai scăzută, se observă și în cazul Indiei, țară care reprezenta 1,7% din exportul total al zonei euro în anul 2009.

Trebuie menționat că Brazilia, Rusia, India și China reprezintă cele mai mari economii emergente ale lumii, ele formând așa-numitul grup BRIC. Nu departe de ele se află Mexic, Coreea de Sud și Indonezia, toate fiind între primele 15 economii din lume (Tabelul 2).

Tabelul 2. Evoluția creșterii economice a țărilor din grupul BRIC

Economiile	2010	2011	2012 estim.	2013 prog.	2014 prog.
Brazilia	7,5	2,7	1,3	4,0	4,4
Rusia	4,3	4,3	3,7	3,6	4,2
India	9,6	6,9	5,5	6,1	6,5
China	10,3	9,2	7,7	7,9	8,0
Republica Africa de Sud	2,9	3,1	2,5	3,1	3,8
Mexic	5,5	3,9	3,9	3,8	4,6
Indonezia	6,2	6,5	6,2	6,2	6,3
Coreea de Sud	6,3	3,6	2,1	3,0	3,5
Turcia	9,2	8,5	3,0	3,4	4,2
Argentina	9,2	8,9	2,5	3,2	4,2

Economiile	2010	2011	2012 estim.	2013 prog.	2014 prog.
Chile	6,1	6,0	5,1	4,6	4,9
Peru	8,8	6,9	6,0	5,8	5,6
Columbia	4,0	5,9	4,4	4,5	4,8
Venezuela	-1,5	4,0	5,1	2,5	2,9
Egipt	5,2	1,8	1,1	3,2	4,7
Nigeria	7,8	7,4	6,4	6,8	7,2
Iran	5,9	2,0	-1,9	-0,9	1,5
Israel	5,0	4,6	2,9	2,8	6,0
Arabia Saudită	4,6	6,8	5,5	3,7	3,0
Pakistan	3,5	3,0	3,8	4,2	4,4
Malaysia	7,2	5,1	5,0	4,4	4,9
Filipine	7,6	3,7	6,2	5,4	5,5
Singapore	14,8	4,9	1,4	2,5	3,3
Thailanda	7,5	0,1	5,3	4,6	5,0
Per ansamblu economii în dezvoltare, emergente și recent industrializate	7,7	5,7	4,7	5,1	5,6

Sursa: *United Nations (2013), „World Economic Situation and Prospects 2013”, January 2013, New York.*

Deoarece liderii tradiționali Europa și Statele Unite ale Americii se confruntă cu mari probleme financiare, e posibil ca ordinea mondială, cel puțin din punct de vedere economic, să se schimbe relativ curând, chiar în anii care urmează.

Țările emergente nu constituie un bloc unitar pe plan internațional, acestea din urmă elaborează propria conduită în politica economică și socială atât pe plan intern, cât și extern. Sistemul închis pe care îl adoptă le permite să acționeze pe plan internațional în așa fel, încât, fie refuză unele măsuri propuse de organismele internaționale, fie le acceptă, urmare a unor strânse negocieri prin care se urmărește protejarea propriilor economii de presiunile instituțiilor financiare mondiale. În realitate Banca Mondială și numeroasele ei instituții recurg la politici care în multe situații, cel puțin, nu ameliorează starea economică a țărilor susținute. De aceea, țările emergente trebuie să fie mai prudente față de acest gen de sprijin și să mizeze pe propriile politici și pe valorificarea potențialului intern.

Bibliografie:

1. *Raport al Consiliului National de Informații al SUA* [on line]. Decembrie 2012. Disponibil: <http://globaltrends2030.files.wordpress.com>
2. Tămaș, Sergiu. *Puterile emergente și criza globală* [on line]. Disponibil: <http://www.sferapoliticii.ro/sfera/148/art07-tamas.html>

3. United Nations. *World Economic Situation and Prospects 2013* [on line]. New York 2013.
Disponibil: <http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp2013/wesp13update.pdf>
4. *World Economic Outlook*, FMI, iunie 2011, <http://www.imf.org>
5. <http://directsellingnews.com>
6. <http://www.ecb.europa.eu>
7. <http://emergingmarkets.ey.com/rapid-growth-markets-forecast-july-2013/>
8. <http://www.ey.com> /raport Ernst & Young
9. <http://www.fmi.ro>
10. <http://www.forbes.com>
11. <http://www.forbes.ro>
12. <http://www.zf.ro>

SINTEZA CONCEPTUALĂ A PĂDURII CA OBIECT AL EVALUĂRII ECONOMICE

Platon Ion, drd.,

Academia de Studii Economice din Moldova

Forests are managed, exist and do function according to their own laws and are in a strong relation with the habitat where they are developing being strongly influenced by the environmental conditions, also in turn they strongly influence the environmental purity. Social and economic functionality of forest ecosystems lies in their ability to provide a range of goods and services in order to satisfy human needs. Economic evaluation of forest resources provides the change from a forestry household oriented to wood production to one based on the usage of wood forest complex. In many European countries such concern has become an economical priority. Accordingly, the protection functions performed by the forest have the capacity to maintain in present the economical value which being destroyed simultaneously with the forest decline cannot be achieved by further ecological restorations works only with great difficulty, at great expense and in an extended period of time.

Key words: *forest ecosystem goods and services, sustainable development, forestry, potential value of utility usage, non-utilitarian value, production, differential products, non-wood products.*

Problema evaluării economice a resurselor naturale, inclusiv a pădurii, având în vedere importanța practică crescândă a ei, atrage în ultimul timp tot mai mult atenția cercetătorilor. Cu mai mult timp în urmă, Tuiniția O. Iu. menționa că relațiile dintre societate și natură trebuie să fie examinate ca relații sub aspect economic [14].

Evaluarea economică a resurselor forestiere invocă suficiente argumente ca să se treacă cât mai urgent de la o gospodărire silvică orientată pe producția de lemn la una bazată pe utilizarea complexă a pădurii. În multe țări europene o astfel de preocupare a devenit realitate economică. O atare gospodărire se axează pe politicile de protejare a fondului forestier care extrem de ușor poate fi afectat, grație tăierii samovolnice și neplanificate. De redresat însă fondul forestier este destul de dificil, e necesar o perioadă îndelungată de timp și mari cheltuieli.

În literatura științifică, mai ales în cea din ultima oră, se vorbește tot mai insistent despre natura economică a pădurii, examinându-se scrupulos și lansându-se diferite idei și abordări ale evaluării ei economice. Analiza pluridimensională a acestora demonstrează o diversitate mare de opinii cu privire la noțiunea de „evaluare a pădurilor”. În acest context se folosesc termenii – evaluare cadastrală, rentă diferențială, taxe forestiere, cheltuieli marginale, impozite forestiere, cheltuieli compensatoare, rentă departamentală, cheltuieli substituibile, evaluare ecologo-economică etc. [5,8,9,10]. Aceste noțiuni sunt axate pe evaluarea unui tip concret de resurse forestiere sau terenuri forestiere.

Evaluarea pădurii ca ecosistem a fost discutată minuțios în lucrările cercetătorilor Turchevici I.V., Tuiniția O. Iu., Lebedev Iu. V. etc. [11,14,15]. În aceste lucrări se insistă pe elaborarea cât mai urgentă a unor lucrări metodice privind evaluarea veridică atât a resurselor forestiere, cât și a funcțiilor ecologice și sociale ale pădurii.

Prin evaluarea economică a pădurilor înțelegem expresia valorică a efectului economic maxim posibil, obținut de la o unitate de suprafață a terenurilor fondului forestier în baza utilizării rezonabile a tuturor tipurilor de resurse. De reținut că sunt ignorate câteva funcții ecologice ale pădurilor, funcții importante care stăvilesc efectuarea unei evaluări obiective și motivate [10].

De asemenea, prin evaluarea economică a ecosistemelor forestiere, se mai înțelege și totalitatea acțiunilor de determinare a importanței (valorii) factorilor obiectului natural multifuncțional, folosit pentru satisfacerea directă a necesităților omului.

În practica de astăzi se întâlnește și evaluarea economică a resurselor funciar - forestiere. Evaluarea economică a terenurilor fondului forestier, precum și altor categorii de terenuri, se folosește la calcularea plăților încasate de la persoanele fizice și juridice, dictate în primul rând de scopurile fiscale ale statului, care exprimă în formă bănească utilitatea sectoarelor terenurilor fondului forestier. Este necesar de presupus că expresia valorică cantitativă a potențialului utilității resurselor ecosistemelor forestiere ar putea deveni o componentă importantă la determinarea valorilor lor în structura bogăției naționale a teritoriului.

Numeroși economiști, silvicultori și gestionari de păduri se ocupă de evaluarea funcțiilor productive și protective ale pădurii. Metodologiile folosite în acest scop sunt eterogene. De regulă, se iau în calcul, pentru a stabili în bani valoarea resurselor forestiere, următoarele componente ale valorii: pământul, munca, capitalul și managementul, fără de care ceilalți factori nu pot fi pe deplin evidențiați. Evaluarea economică a serviciilor (considerând funcțiile ca noțiuni abstracte) de protecție a pădurilor este legată de un anumit nivel de dezvoltare a societății umane. Pornind de la acest nivel, se apelează la diverși „indicatori de utilitate”, care contribuie la comensurarea impactului de influență a pădurii asupra climatului și a altor factori de mediu. Printre cei mai relevanți se impun și următorii:

- costurile împăduririi sau reîmpăduririi unor terenuri;
- raportul dintre costuri / beneficii;
- beneficiul indiscutabil, rezultat din existența pădurii generatoare de influențe favorabile privind protecția mediului și a sănătății oamenilor;
- costurile de substituire, respectiv costul instalațiilor care pot asigura aceleași efecte ca și pădurea.

Importanța multifuncțională a ecosistemelor forestiere duce la necesitatea de folosire a diferitor principii de evaluare economică a tipurilor de beneficii naturale ale lor. Necitând la faptul că pădurea ca ecosistem reprezintă un tot întreg, ea nu este posibil de evaluat din punct de vedere economic cu ajutorul unui singur procedeu. De aceea, ecosistemul forestier trebuie să fie examinat ca totalitatea resurselor, fiecare dintre care urmează a fi evaluată de sine stătător. Numai suma evaluărilor date poate să ne ofere un tablou de ansamblu privind valoarea ecosistemului forestier ca un tot întreg.

Pădurile sunt organizate, există și funcționează după legi proprii și se află în raport de condiționare cu mediul în care se dezvoltă, fiind direct influențate de condițiile de mediu, și la rândul lor influențând nemijlocit calitatea mediului înconjurător.

Funcționalitatea social - economică a ecosistemelor de pădure constă în capacitatea acestora de a furniza o serie de bunuri și servicii pentru satisfacerea nevoilor umane [4].

Conștientizând necesitatea evaluării economice (costului) a resurselor naturale și, în același timp, ținând cont de activitatea practică desfășurată zi de zi, acest proces persistă de decenii în șir, fiind cu atenție monitorizat în mai multe țări.

În practică, evaluarea pădurii ca ecosistem (*interacțiunea pluridimensională atestată între masa lemnoasă, tufișuri și iarbă, animale, microorganismele și alte componente ale mediului natural și mediul extern, care se influențează reciproc*) are loc, de obicei, în mod generalizat, cu ajutorul unor coeficienți speciali elaborați pentru evaluarea masei lemnoase, sau se reduce la evaluarea terenurilor fondului forestier. De exemplu, metodica evaluării economice a celor mai importante tipuri de resurse naturale, recomandă acceptarea temporară a rolurilor de protecție a mediului și de recreere a pădurilor din primul grup funcțional, la nivelul evaluării triple a valorii lor de exploatare, însă nu mai jos de evaluarea cadastrală a pământului arabil.

Despre importanța mediului în rezolvarea diferitor problemele economice în lumea contemporană, s-a pronunțat și cercetătorul *Ernst von Weizsäcker*, care a remarcat că "Economia de piață poate ruina mediului și pe sine, dacă nu permitem prețurilor să spună adevărul ecologic."

În cadrul abordării sistemice a examinării formațiunilor și fenomenelor naturale complexe, Belov S.V. lansează următoarea definiție: „Pădurea este un sistem bioecologic, care se autoreglează și care include plantări lemnoase, tufișuri și ierburi, animale, precum și pământul ocupat (teritoriul, atmosfera)” [6].

Cercetătorul Lebedev Iu. V., de asemenea, definește pădurea ca sistem ecologic, care se autoreglează și constă din totalitatea resurselor lemnoase, tufișurilor și ierburilor, covorul de mușchi și de lichen, animale și microorganismele, corelate prin metabolism și diverse fluxuri de energie și fenomene naturale, inclusiv și de societate [11].

În calitate de obiect al cercetării economice, problemele pădurii prezintă anumite dificultăți specifice, condiționate, în primul rând, de caracterul îndelungat al procesului de regenerare a ei, destinația multifuncțională a terenurilor, nivelul înalt al influenței activității umane asupra cursului natural de creștere a plantațiilor forestiere, natura problematică a mecanizării proceselor de lucru la regenerarea și creșterea culturilor forestiere (factorul de producere principal este cel natural, care nu poate fi mecanizat) etc. [7].

Tradițional, economia forestieră, împreună cu gestiunea silvică, avea ca scop producerea de material lemnos pentru prelucrarea industrială și obținerea materialelor de construcție, celulozei, hârtiei etc. Însă pădurile mai produc și alte beneficii cum ar fi: resurse alimentare, rezerve de pește din bazinele acvatice forestiere, faună forestieră etc., care îndeplinesc diverse funcții sociale, ecologice, inclusiv cele de formare a biosferei și a mediului [13].

În ultimii ani societatea acordă o deosebită atenție pădurii care participă direct la restabilirea echilibrului ecologic și asigură, totodată, condițiile normale de viață pe Pământ. De reținut că la evaluarea economică a pădurilor, mai ales în condițiile economiei de piață, este inadmisibil să ne limităm doar la luarea în calcul a materialului lemnos. Iată de ce este necesar de examinat și celelalte funcții utile ale pădurii. Numai o asemenea abordare poate proteja sistemele forestiere din punct de vedere economic, evitându-se astfel folosirea irațională sau înstrăinarea excesivă a resurselor lor din fondul forestier. Doar așa vom depăși tendințele negative care în mod inevitabil duc la degradarea masivelor de păduri.

Pentru o caracterizare mai completă a pădurii ca elemente al economiei este necesar de examinat diversitatea folosirii ei, în particular prin prisma resurselor forestiere și ecologice.

În același context este important să înțelegem că pădurile au devenit parte din sfera de producție și, în funcție de condițiile specifice, îndeplinesc diverse funcții. Prin urmare, pădurea ca o entitate economică, devine un mijloc de producție, având un caracter multifuncțional. „Dar indiferent de natura sa economică și indiferent de ce funcție ar îndeplini, la evaluarea economică a pădurii, urmează a fi luat în cont întregul efect ce aceasta îl aduce societății. Și aceasta este posibil

dacă pădurea este privită ca un cumulativ al resurselor și surselor, utilizarea cărora asigură obținerea acestui efect” [15].

Direcțiile de folosire a resurselor forestiere sunt diverse și reprezintă diferite tipuri de utilizare a pădurii (materiale lemnoase, nelemnoase, secundare și speciale). Nu trebuie trecute cu vederea flora și fauna forestieră, precum și apa (în primul rând caracteristicile ei calitative), inclusiv aerul de pădure.

De reținut că pădurile servesc drept sursă unică de material lemnos, care din an în an este tot mai solicitat. Masa totală a resurselor lemnoase include partea de tulpină a materialului lemnos (care este cel mai des evaluată), scoarța, ramurile, buturugile, rădăcinile. Modurile chimice și chimico-mecanice de prelucrare au extins considerabil posibilitățile de folosire a acestora în economia națională. Procedeele tehnologice moderne asigură obținerea din materialul lemnos a peste 20 de mii de tipuri de materiale, substanțe și compuși [6].

Resursele naturale explorate abuziv creează destule probleme. Din acest considerent nu trebuie uitat faptul că pădurea este regulatorul natural al echilibrului și vitalității mediului natural. Având în vedere importanța deosebită a acestui moment, parametrii economici ai evaluării trebuie să fie în concordanță cu cei ecologici.

Evaluarea pădurii, fără luarea în calcul a factorilor ecologici, duce neapărat la pierderi greu de recuperat în funcționarea lanșafturilor naturale, la urmări negative economice și sociale. Mai mult decât atât, în condițiile creșterii diapazonului de industrializare a muncii și de dezvoltare a urbanizării vieții, cresc inevitabil posibilitățile de degradare a ecosistemelor forestiere, ceea ce, în fond, duce la o agravare vădită a situației ecologice. Iată de ce pădurile trebuie tratate nu doar ca resursă de utilitate industrială, ci și ca tezaur natural național. Cu alte cuvinte, este stringentă nevoia de a păstra echilibrul ambelor abordări, care examinează pădurea ca valoare absolută și ca obiect de consum, pentru a exclude atât dominarea evaluării particularităților de consum, cât și a evaluării valorii lor absolute.

Pentru satisfacerea necesităților materiale ale societății urmează a fi utilizate atât resursele forestiere lemnoase, cât și cele indirecte ecologice. Reglementarea dată este oportună și absolut firească de a păstra diversitatea biologică a mediului natural ambiant, care trebuie direcționat spre asigurarea vieții în toate formele de manifestare a ei.

În legătură cu acest fapt este necesar de menționat, în primul rând, faptul că pădurile sunt cel mai mare furnizor de oxigen – ele asigură aproximativ 40 % din oxigenul livrat anual de plantele verzi. „Deșeurile de producere ale fabricii verzi” ale naturii sunt aburul emanat de frunzele arborilor la transpirație, și oxigenul liber, care este format în procesul de fotosinteză și nimereste în atmosferă. Timp de sute de milioane de ani vegetația a adus conținutul de oxigen în atmosferă la 23 % ca masă, începând de la 1 – 1,5 % [11].

În același timp, o importanță deosebită o are fotosinteza, în rezultatul căreia se produce oxigenul și se absoarbe bioxidul de carbon. Importanța acestui moment sporește în special în legătură cu faptul că activitatea economică a omului este însoțită de o emisie enormă de bioxid de carbon în mediul natural. Cercetările moderne ne demonstrează că are loc creșterea concentrației de CO₂ în atmosferă, care cauzează efectul de seră și încălzirea globală. Urmările negative ale acestui fenomen sunt combătute, doar de păduri.

Unii economiști consideră că introducerea impozitului pe carbon ar contribui în mare măsură la reducerile emisiilor de CO₂ cu cheltuieli minime. Atare impozite trebuie impuse persoanelor responsabile și companiilor poluante. Procedura colectării unui astfel de impozit trebuie să fie neapărat bine elaborată și aplicată în mod riguros [12].

Masivele de păduri joacă un rol multifuncțional în păstrarea ciclurilor biochimice ale naturii. Ele îndeplinesc funcții de protecție a solului și a apelor.

Rolul pădurilor este unul indiscutabil și constă în protejarea stratului superior al solului de eroziunea cauzată de apă și vânt, creșterea cantității de substanțe organice în stratul superior al solului, îmbunătățirea proprietăților de filtrare ale acestuia, reducerea înghețului solului etc.

Rolul pădurilor de protecție a apelor este unul covârșitor în reglarea deversării râurilor. Este recunoscut unanim faptul că pădurea este cel mai eficient mijloc de reducere a deversării apelor din zăpada topită și ploaie și depozitarea acestora în rezervele interne, subterane, prevenind astfel scăderea râurilor în perioada de vară și a dezvoltării eroziunii cauzate de apă.

Așadar, argumentele expuse demonstrează în mod elocvent necesitatea evaluării economice a resurselor forestiere care se află într-o strânsă legătură cu realitatea ecologică. Interacțiunea dintre ecologie și economie se regăsește în modelul ecologo-economic de resurse potențiale ale pădurii, care se produce prin mijlocirea legăturii reciproce dintre componentele ecosistemului forestier, ghidat de sistemul juridic al societății.

Pădurea în calitate de obiect al reglementării economice și juridice se prezintă ca un veritabil în formă de sistem ecologic, pentru fiecare component al căruia statul trebuie să adopte legi și reguli obligatorii de folosire a potențialului lui de resurse și de protecție a acestora, contribuind astfel la formarea și păstrarea unui echilibru judicios al patrimoniului forestier.

Bibliografie:

1. Duerr, W. *Fundamentals of forestry economics*. New-York, 1961.
2. Drăgoi, M. *Economia și management forestier*. Suceava: Editura Universității din Suceava, 2008, 334 p.
3. Ecosistemele și bunăstarea oamenilor. Un cadru de evaluare, 2005 Evaluarea Ecosistemelor Mileniului.. <http://www.maweb.org/en/index.aspx>
4. Pătrăscoiu, N., Toader, T., Scripcaru, Gr. *Pădurile și recrearea*. București: Editura Ceres, 1987, 269 p.
5. Антанайтис, В. et al. *Методика экономической оценки лесных земель*. Каунас: Изд-во СХА, 1975, 29 p.
6. Белов, С.В. *Лесоводство*. Москва.: Лесная промышленность, 1983, 352 p.
7. Варанкин, В.В. *Методологические вопросы региональной оценки природных ресурсов (на примере лесосырьевых ресурсов)*. Москва: Наука, 1974, 239 p.
8. Воронин, И.В., Смородин, В. О стоимостной оценке леса. *Лесной журнал*. 1970, nr. 5, p. 123-129.
9. Кожухов, Н.И. *Экономика воспроизводства лесных ресурсов*. Москва: Лесная пром-сть, 1988, 262 p.
10. Лазарев, А.С., Павлова, Л.П. *Лесной доход*. Москва: Финстатинформ, 1997, 261 p.
11. Лебедев, Ю.В. *Эколого-экономическая оценка лесов Урала*. Екатеринбург: УрОРАН, 1998, 214 p.
12. Лукьянчиков, Н.Н., Потравный, И.М. *Экономика и организация природопользования*. Москва, 2002, 453 p.
13. Питер, Х. Пирс. *Введение в лесную экономику*. Москва: Экология, 1992, 224 p.
14. Туниця, О.Ю. *Эколого-экономическая эффективность природопользования*. Москва: Наука, 1980, 168 p.
15. Туркевич, И.В. *Кадастровая оценка лесов*. Москва: Экология. Лесн., пром-сть, 1977. 167 p.

SECȚIUNEA V
ÎNVĂȚĂMÂNTUL INTERDISCIPLINAR, CERCETAREA ȘI COOPERAREA
ÎN SOCIETATEA CUNOAȘTERII

ФУНКЦИИ ПРАВОСОЗНАНИЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ

*Певцова Елена, д.ю.н., проф.,
Российский университет кооперации*

This article investigates the justice of children and youth nowadays, the designation its structure and functions. The author analyzes from the constructive approach: the existing interpretation of the term "justice functions", the types of functions and their level hierarchy. Describing the normative sense of children and young people justice, the author identifies its psychological basis and effective conditions for formation society legal culture. The article gives the author's approach to the understanding the structural components of the children and youth legal consciousness. Logical-normative, emotional-imaginative and fundamentally strong-willed blocks of justice are stressed. Opposite to the descriptive approach to the understanding justice, traditionally existed in the jurisprudence, the author proves, that a constructive approach to the formation justice lets measured, evaluated and used practically quantitative and qualitative characteristics and data of justice, which lets influence the management processes above justice, and, it means, raise its level in prevention social crime.

***Key words:** the level of legal culture, legal consciousness, functions and structure, sustained internal links*

Введение

Тема правового сознания детей и молодежи имеет большую актуальность, обусловленную необходимостью повысить уровень правовой культуры общества различных государств. Правосознание является составной частью правовой культуры, а потому выступает важным элементом, определяющим качество и уровень правовой культуры. До настоящего времени в науке существовал традиционный описательный подход к пониманию правового сознания подрастающего поколения, который не позволял качественно измерить его показатели. Выделение автором иной структуры правосознания и относящихся к его блокам функций правового сознания позволяет разрабатывать и внедрять в государстве комплекс мероприятий, позволяющих значительно повысить уровень, правовой культуры детей и молодежи- лиц, которым принадлежит будущее. При этом важную роль в понимании правового сознания указанной категории населения играют функции. Как справедливо замечено в литературе, «без функций правосознание потеряло бы всякую значимость»⁶⁹.

1. Функции и структура правосознания

Функции и структура – парные явления, представляющие собой взаимосвязанные моменты правосознания несовершеннолетних в целом и каждого его элемента. Структура? как способ организации, относительно устойчивые внутренние связи правовых идей, взглядов, оценок, установок всей системы правового сознания несовершеннолетних и его

⁶⁹ См.: Бельский К.Т. Формирование и развитие социалистического правосознания. М. 1982.

функции, как внешние связи, в которых проявляется роль правосознания школьников в обществе, взаимно обуславливают друг друга. Формирующаяся структура правосознания несовершеннолетних предопределяет место того или иного элемента в целостной системе правосознания, а также обуславливает и его функции. В тоже время важным моментом развития и функционирования системы правосознания несовершеннолетних является определяющий характер влияния функции на структуру в ходе их взаимодействия. Принято считать, что функция изменяется несоизмеримо быстрее, чем обуславливаемая ею структура, которая значительно более консервативна⁷⁰. Изменения в функциях влекут за собой изменения в структуре путем преодоления противоречий между новыми функциями и старой структурой.

Парность функций и структуры правосознания имеет не только онтологическое, но и гносеологическое значение, поскольку, помимо изучения функций правосознания несовершеннолетних, нет другого пути проникновения в его структуру. Вообще, как подчеркивается в научной литературе, понятие *«функции, применяемое к системным явлениям, более удобно использовать не для целостного воспроизведения системы, а для выделения соответствующих ее элементов»*⁷¹. Это замечание особенно актуально, по моему мнению, применительно к групповому правосознанию, к которому и относится правосознание детей и молодежи. Один и тот же его элемент, например когнитивный, может одновременно входить в состав двух и более систем. Отсюда понятно значение исследования функции правосознания школьной молодежи. При этом необходимо учитывать, что вопрос о функциях правосознания несовершеннолетних все еще остается недостаточно разработанной частью теории правового сознания. Авторы, занимающиеся этими проблемами, обычно ограничиваются их перечислением или же краткой характеристикой функций правосознания вообще. Дискуссионным продолжает оставаться понятие функций правосознания вообще и школьной молодежи, в частности. Отсутствует единство в определении критериев и классификации функций правосознания, что, в свою очередь, вызывает значительный разнобой, как в названии, так и числе функций, выделяемых разными авторами⁷². Вполне понятно, что это отрицательно сказывается на разработке проблем правосознания школьной молодежи. Между тем, функциональный аспект исследования приобретает особое значение в связи с внедрением в практику исследования правового сознания точных методов, в том числе математических⁷³.

⁷⁰ См.: Назаренко Е.В. Социалистическое правосознание и социалистическое правотворчество. Дис...д-ра юрид.наук. Киев. 1970; Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. М. 1968; Соколов Н.Я. Профессиональное сознание юристов. М. 1988; Соколов Н.Я., Леванский В.А. Опыт конкретно-социологического исследования правосознания и правовой культуры. // ЛексРусика. - 2006. - № 1 и др.

⁷¹ См.: Бура Н.А. Функции общественного правосознания. Киев. 1986; Ратинов А.Р. Структура правосознания и некоторые методы его исследования. // Методология и методы социальной психологии. М. 1977; Соколов Н.Я. Профессиональное сознание юристов. М. 1988 и др.

⁷² См.: Фарбер И.Е. Правосознание как форма общественного сознания. - М. 1963, Чефранов В.А. Правосознание как разновидность социального отражения. Киев. 1976; Радько Т.Н. Понятие и виды функций социалистического права. - В кн.: Вопросы теории государства и права. Саратов. 1971; Покровский И.Ф. Формирование правосознания личности: Автореф...д-ра юрид. наук. Л. 1961; Щегорцов В.А. Правосознание как объект социалистического исследования. М. 1976; Бура Н.А. Функции общественного правосознания. Киев. 1986 и др.

⁷³ См.: Леванский В.А. Моделирование в социально-правовых исследованиях. М., 1986. и др.

2. Термин «функция» в научной литературе

В научной литературе термин «функция» употребляется в разных значениях, в том числе как способность к деятельности и сама деятельность, роль, свойство, значение, компетенция, задача, зависимость одной величины от другой и т.д.. **Г. Афанасьев**, например, рассматривает функцию как *«форму, способ проявления активности, жизнедеятельности системы и ее компонентов»*⁷⁴. Не вдаваясь в подробности, отметим, что в юридической литературе функцией правосознания считается, как правило, его свойство, качество, если они используются для достижения определенной цели. Следует согласиться с **К.Т. Бельским** в том, что *«функции правосознания выступают как конкретные направления и пути выполнения им социальной роли и назначения, присущие ему способы воздействия на общественные отношения»*. Функционирование правосознания школьной молодежи, как и общественного, самым тесным образом связано с определенными целями. То, что цели социально - демографической группы имеют в обществе объективный характер, обусловленный социальным разделением труда, половозрастным критерием, не означает отрицания сознательных целей, которые могут ставиться школьниками в своем поведении.

С учетом решаемых задач ученые, занимающиеся проблемами правосознания, говорят о различных его функциях. Так, **Е.А. Лукашева** функции правосознания разделяет на гносеологическую, прогнозирующую, правового моделирования и регулируемую⁷⁵. **В.А. Щегорцов** рассматривает когнитивную, идеологическую и нормативно-прогностическую функции, а также функцию регулирования и моделирования⁷⁶. **К.Т. Бельский** считает, что основными функциями правового сознания являются: отражательно-познавательная, информационная, оценочная, регулятивная, воспитательная, прогностическая⁷⁷. **Н.А. Бура** указывает на правообразующую, регулятивную, правос воспитательную функцию, а также функции развития правовой науки и формирования сознания⁷⁸. Как мне представляется, каждая из перечисленных классификаций, построенная с учетом поставленных исследователем перед собой задач, имеет право на существование и, тем более, на научное обсуждение. Вместе с тем нельзя не заметить, что существенные расхождения в названии и характеристике функций вызываются, прежде всего, различиями в признаках, используемых для их классификации. Не касаясь всех возникающих в этой связи проблем, отмечу, что имеющиеся противоречия могут быть в определенной мере разрешены путем установления некоторых очевидных критериев классификации функций правосознания школьной молодежи, находящегося в стадии формирования, и общественного правосознания. На мой взгляд, заслуживает внимания положение о том, что функциональный аспект общественного сознания, с помощью которого определяются результаты изменения общественного сознания в процессе исторического развития общества, характеризуется двумя сторонами: внутренней и внешней.

3. Иерархия функций правосознания

В системе правосознания детей и молодежи существует определенная иерархия функций - в соответствии с их уровнем. Каждой функции соответствующего уровня

⁷⁴ См.: Афанасьев В.Г. Системность и общество. М. 1980, с.131.

⁷⁵ См.: Лукашева Е.А. Социалистическое правосознание и законность. М. 1973, с. 105-106.

⁷⁶ См.: Щегорцов В.А. Социология правосознания. М. 1981, с. 31-34.

⁷⁷ См.: Бельский К.Т. Структура и функции правосознания. М. 1996.

⁷⁸ См.: Бура Н.А. Функции общественного правосознания. М. 1980.

корреспондируют структурные элементы правосознания школьников. Между функциями разного уровня существует тесная взаимосвязь. Каждая из функций остается частью уже имеющейся более общей функции. В процессе развития каждая вновь возникшая функция служит другой, более общей, более существенной функции, которая, в свою очередь, соответствует другой, еще более общей и т.д., до первичной функции. В данном случае, ею является регулирующая функция. И, напротив, регулирующая функция конкретизируется соответственно телеологической, праксеологической и генерационной. Следующий уровень связан с функциональной характеристикой элементов различных сфер правосознания школьников. Так, телеологическая функция может быть дифференцирована на познавательную, оценочную, поведенческую, которым в структуре правосознания несовершеннолетних соответствуют логико-нормативный, эмоционально-образный и принципиально-волевой компоненты. В конечном счете, это дает возможность измерить их количественно, определить эффективность. Ведущий характер регулирующей функции правосознания школьников обуславливается свойствами сознания не только отражать действительность, но и направлять поведение, образовательную деятельность. Таким образом, регулирующая роль правосознания школьной молодежи проявляется в направлении поведения. На этой основе школьники регулируют и координируют свое поведение, связанное с реализацией конкретных прав, в том числе, права на образование, придают ему целенаправленный характер, могут предвидеть последующие результаты. На базе регулирующей функции правосознания школьники способны принимать решение в правовой ситуации, участником которой они оказались, проявлять правовую активность.

Правосознание школьников в «скрытом виде» участвует в формировании социальных норм, прежде всего правовых, путем выработки суждений о правовых ценностях, которые при наличии соответствующих условий способны трансформироваться в нормы. Так, например, усиление правонарушений среди несовершеннолетних, ставшее следствием их негативного отношения к праву, является сигналом для принятия правоустановителем определенных мер для их снижения. Тем самым правосознание школьной молодежи участвует опосредованно в создании ценностно-нормативной системы, с помощью которой осуществляется регулирование поведения членов общества, соответствующий социальный контроль. Важная составная часть этой системы - право.

4. Нормативный характер правосознания

Принципиальное значение для понимания содержания регулирующей функции правосознания школьной молодежи имеет решение вопроса о его нормативности. В юридической литературе нормативный характер правосознания традиционно отрицался. Это лежало в основе отграничения правосознания от других форм общественного сознания, а также самого права. Отрицание нормативного характера правосознания служит также обоснованием взглядов юристов против широко распространенного среди философов отождествления права с другими видами общественного сознания. Впервые в юридической литературе положение о нормативном характере правосознания высказал **И.Е. Фарбер**, включив этот признак в его определение. В последующем это положение было поддержано и развито рядом других авторов. Вместе с тем высказывались и критические замечания по поводу этой точки зрения. Отрицание нормативного характера правосознания школьников представляется недостаточно убедительным, как и попытки обосновать нормативность права путем исключения этого качества из правового сознания. Напротив, нормативность права, даже в традиционном его понимании, могла бы обосновываться нормативностью правосознания и вытекать из него.

Нормы права, по моему мнению, обладают качеством нормативности не потому, что они таковы сами по себе, а потому, что, будучи одним из выражений правосознания, хотя бы и специфическим, они заимствуют у него качество нормативности, придавая ему значительно большую силу и четкость выражения. Нормативность правосознания - выражение общего свойства, присущего общественному сознанию. Именно нормативность общественного сознания объясняет нормативность как нравственного, так и правового, а также политического сознания. Нормы права, в свою очередь, во многом могут быть рассмотрены как нормы лишь в связи с тем, что правовые идеи и взгляды, будучи закрепленными в законодательных и других правовых актах, сохраняют свой нормативный характер. Возможность этого становится особенно очевидной, если учесть то обстоятельство, что правовое сознание выражает потребность правового регулирования в категориях прав и обязанностей. Какова же природа нормативного характера правового сознания и чем она объясняется? На мой взгляд, такие объяснения не всегда достаточно убедительны. Так, под нормативностью правосознания понимается осознание субъектом своего юридического права, которому соответствуют юридические обязанности других лиц, что создает представление о норме поведения субъекта, который в своих действиях ограничен определенными юридическими условиями. При этом подчеркивается, что представление о нормативности созревает в правовом сознании независимо от того, фиксированы ли формально в юридических нормах права и обязанности субъектов. Разумеется, подобное объяснение не может не вызвать критики, поскольку оказывается, что нормативность - это какое-то особое свойство, корнящееся в самом сознании. Между тем методологически важно подчеркивать, что нормативность правосознания в значительной мере - результат отражения нормативности, существующей в самих общественных отношениях проявляющейся в фактическом поведении, носящем массовый характер. В конечном же счете нормативность - универсальное свойство общественного бытия.

Отражение правовым сознанием нормативных стандартов поведения характерно не только для эпохи, связанной с возникновением права как общественного явления, но и для всех этапов развития общества, включая современное общество. Особенно наглядно этот процесс протекает во всех областях общественных отношений, возникающих в результате научно-технического прогресса и требующих в связи с их значимостью правового опосредования.

Из сказанного вовсе не следует, что, отражая практическое поведение, правосознание остается простым отпечатком, копией того, как люди фактически ведут себя на практике. Напротив, только познание закономерностей развития нормативности общественных отношений позволяет выражать потребности в категориях прав и обязанностей, а также оценивать поведение людей с точки зрения его соответствия требованиям правовых норм. Нормативность правосознания в целом и правосознания школьников, в частности, имеет свою психологическую основу. На мой взгляд, ею может быть правовая установка личности. В науке, в том числе в криминологии, под установкой, как правило, понимается состояние личности, характеризующееся ее готовностью к определенной деятельности. Для возникновения этого состояния необходимы два условия: какая-либо актуальная потребность у субъекта и ситуация ее удовлетворения. Нетрудно заметить некоторые общие моменты между механизмом возникновения и реализацией установок и структурой правовых норм. Прежде всего и правовые установки, и реализация нормативно-правовых предписаний связаны с определенными потребностями личности. Кроме того, ситуация удовлетворения личностью своих потребностей может быть предусмотрена гипотезой

правовой нормы. И, наконец, реализация правовой установки может быть рассмотрена в качестве диспозиции правовой нормы. Что касается самой правовой установки, то она может быть принята в качестве основного элемента нормативности правового сознания. Это свойство нормативности установки может быть еще глубже раскрыто с учетом третьего фактора установки, ее фиксации, достигаемой путем многократного повторения впечатления, или же большой личной ценности впечатления. И то, и другое условие в полной мере характерно для правового поведения школьной молодежи. В результате достаточно прочной фиксации установки *«она будет представлена в сознании всегда каким-нибудь определенным содержанием, возникающим на базе этой установки. Если актуализировать эту последнюю повторно, то мы будем замечать, что каждый раз у нас возникает в сознании все то же содержание»*⁷⁹. Таким образом, способность установки к фиксации, при наличии соответствующих потребности и возможности, лежит в основе нормативного поведения, которая может быть воспроизведена в правосознании и выражена в нормах права. Признание нормативности идей законности и справедливости, равенства прав и обязанностей и других не дает оснований для их отождествления с нормами закона. Таковыми становятся только те нормативные идеи, которые признаются и выражаются государством, обеспечиваются его поддержкой и защитой вплоть до применения принуждения. Можно даже сказать, что в определенной мере закон - это нормативность правосознания, нашедшая государственное признание и подтверждение. Противоречия же между ними - свидетельство необходимости целенаправленной работы, связанной с изменением условий жизни людей, приведением законодательства в соответствие с потребностями общественного развития, уже нашедшими отражение в правосознании. Другая возможная альтернатива предполагает повышение уровня правовой культуры той части населения, которая еще не осознает потребности в назревших правовых преобразованиях или еще не понимает их в полной мере. Признание нормативного характера правосознания школьной молодежи предполагает ответ на вопрос о его регулирующем значении, влиянии на поведение. Авторы, отрицающие нормативный характер правосознания, тем не менее, вынуждены признать его регулирующее значение для поведения. *«Безусловно,- писал И.Ф. Рябко, - идеологические и психологические формы правосознания существенно влияют на поведение людей, но между этим влиянием и регулирующей силой юридических норм ставить знак тождества не только не целесообразно, но даже неосторожно, так как это вольно или невольно открывает дверь для оправдания нарушения закона соображениями психической позиции личности.»*⁸⁰. Разумеется, нормативное правовое регулирование имеет первостепенное значение. Но признание этого еще не снимает вопроса о механизме влияния на поведение людей различных форм правосознания - идеологических и психологических. Идея нормативного характера правосознания способствует определенному движению вперед в исследовании этой проблемы. Поэтому трудно не согласиться с **Е.А. Лукашевой**, которая отмечает, что влияние той или иной формы сознания, т.е., воздействие на поведение людей, - это одна из форм регулирования их социальной деятельности⁸¹.

⁷⁹ См.: Соколов Н.Я. Профессиональное сознание юристов. М. 1988

⁸⁰ См.: Рябко И.Ф. Правосознание и правовое воспитание масс. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 1969, с.65.

⁸¹ См.: Лукашева Е.А. Социалистическое правосознание и законность. М. 1973. с.65.

Заключение

Подведу итоги. Правовое сознание школьной молодежи целесообразно рассматривать с позиции конструктивного, а не дискриптивного (описательного) подхода. Это дает возможность на основе полученных в результате социологических исследований количественно-качественных показателей выстроить объемное представление о состоянии элементов структуры правосознания, выявить его дефекты, а еще важнее предупредить их появление и развитие. В структуре правосознания школьников отчетливо дифференцируются логико-нормативный, эмоционально-образный и принципиально-волевой блоки. Они составляют сферу направленности личности. Кроме нее в правосознании выделены сфера мотивов и сфера опыта. Правосознание школьников выполняет ряд функций, главной из которых является регулирующая, определяющая их поведение. Регулирующая же функция, как уже указано мной, не может быть отделима от телеологической, праксиологической или генерационной, в которых она конкретизируется. Телеологическая функция, то есть целеполагающая, связана с постановкой целей поведения индивида; генерационная обеспечивает движущее начало в поведении субъектов (она определяется мотивами поведения школьников); праксеологическая (связанная с деятельностью, правовым опытом, а не только поведением) находит выражение в практическом отношении несовершеннолетних к правовой действительности. Замечу, что для школьников важную роль играет функция целеполагания (телеологическая), которой соответствует сфера направленности правосознания несовершеннолетних. В ее рамках очевидны такие подфункции как познавательная, оценочная и поведенческая, которым и соответствуют блоки: логико-нормативный, эмоционально-образный и принципиально-волевой. Познавательная функция выступает результатом отражения реального бытия в правовом сознании обучаемого в процессе образования. Правовое сознание школьника создает в уме некую правовую картину окружающей действительности. В процессе обучения в школе несовершеннолетний познает правовые явления, пытается разобраться в том, что запрещается, поощряется правом, какие существуют права и обязанности субъектов. Генерационной функции в правосознании несовершеннолетних соответствует сфера мотивов, праксеологическая же функция формирует в правосознании сферу опыта.

Конструктивный подход к правосознанию школьной молодежи позволяет рассматривать его как совокупность количественно-качественных оценок сфер направленности, опыта и мотивации правового сознания, сопряженных с характеристиками поведения в сфере права. Указанный подход в отличие от дискриптивного, описательного, позволяет поставить и решить задачу измерения, оценки и применения в практических целях количественно-качественных характеристик и показателей правосознания. Построение по результатам исследования обобщенных математических моделей дает не плоское, а объемное представление о правосознании школьной молодежи.

Литература:

1. Афанасьев В.Г. Системность и общество. М., 1980.
2. Бельский К.Т. Структура и функции правосознания. М., 1996.
3. Бельский К.Т. Формирование и развитие социалистического правосознания. М., 1982.
4. Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. М., 1968.
5. Буря Н.А. Функции общественного правосознания. Киев, 1986.

6. Леванский В.А. Моделирование в социально-правовых исследованиях. М., 1986.
7. Лукашева Е.А. Социалистическое правосознание и законность. М., 1973.
8. Назаренко Е.В. Социалистическое правосознание и социалистическое правотворчество. Дис... д-ра юрид.наук. Киев, 1970.
9. Певцова Е.А. Теоретико-правовые основы преодоления правового нигилизма и формирования правовой культуры детей и молодежи. М., 2012.
10. Радько Т.Н. Понятие и виды функций социалистического права. // Вопросы теории государства и права. Саратов, 1971.
11. Рябко И.Ф. Правосознание и правовое воспитание масс. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 1969.
12. Соколов Н.Я. Профессиональное сознание юристов. М., 1988.
13. Фарбер И.Е. Правосознание как форма общественного сознания. М., 1963.
14. Чефранов В.А. Правосознание как разновидность социального отражения. Киев, 1976.
15. Щегорцов В.А. Социология правосознания. М., 1981.

Дополнительная литература:

16. Покровский И.Ф. Формирование правосознания личности: Автореф. д-ра юрид.наук. Л., 1961.
17. Ратинов А.Р. Структура правосознания и некоторые методы его исследования. // Методология и методы социальной психологии. М., 1977.
18. Соколов Н.Я., Леванский В.А. Опыт конкретно-социологического исследования правосознания и правовой культуры.// ЛексРусика. - 2006. - № 1.
19. Щегорцов В.А. Правосознание как объект социалистического исследования. М., 1976.

FINALITATEA FORMĂRII PROFESIONALE A STUDENȚILOR – ABORDARE PRIN COMPETENȚE

*Musteață Simion, dr., conf. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

This article makes an attempt to orient education to training and skills development: curriculum with a focus on skills, technological educational goals situations implies re-conceptualization. In the context of those teleological approach trends of objectives/skills represents the expected/forecasted/designed educational purposes.

Key words: *goals, objectives, learning outcomes, competences, skills, competence, quality.*

Calitatea educației determină în mare măsură calitatea vieții, se creează oportunități pentru formarea unui cetățean avizat, competent și foarte bine pregătit.

Învățătura pe parcursul întregii vieți a devenit o necesitate în Europa antrenată în schimbări sociale, tehnologice și economice rapide. Populația reclamă aceste provocări datorită nevoii de actualizare continuă și înnoire a cunoștințelor, deprinderilor și competențelor generale.

Realizarea învățării pe întreg parcursul vieții este de multe ori stopată din cauza lipsei de comunicare și cooperare între furnizorii de educație și actorii responsabili de formarea profesională, inclusiv de autorități. Barierele între instituții și autorități de rang diferit restricționează de multe ori chiar utilizarea eficientă a cunoștințelor și competențelor deja dobândite.

La aceste provocări și la alte probleme încearcă să ne ofere niște răspunsuri Cadrul European al Calificărilor în spațiul european al învățământului superior, care a fost discutat și adoptat la conferința ministerială de la Bergen (mai 2005).

La nivelul UE s-a determinat semnificația unică a unor termeni-cheie:

învățare, rezultatele învățării, competențe, calificări etc.

Învățarea este tratată ca proces cumulativ, prin care o persoană asimilează gradual noțiuni din ce în ce mai complexe și mai abstracte (concepte, categorii, tipuri de comportament sau model) și / sau dobândește deprinderi și competențe generale. Acest proces se desfășoară atât informal, cât și în contexte de învățare formală care includ locul de muncă și comunitatea locală.

Rezultatele învățării – setul de cunoștințe, deprinderi și/sau competențe pe care o persoană le-a dobândit, fiind capabilă să le demonstreze după finalizarea procesului de învățare.

Rezultatele învățării au o miză indiscutabilă, concretizată într-o suită de așteptări de tipul: **ce trebuie să știe, să înțeleagă și să facă la sfârșitul unei perioade de studiu fiecare persoană în parte.**

Standardul rezultatelor învățării este confirmat prin intermediul **unui proces de evaluare sau prin evaluarea obiectivă și sistematică a fiecărui program de studiu.** O calificare conferă recunoașterea rezultatelor învățării pentru piața muncii, precum și educația, formarea profesională continuă conferă un drept legal de a practica o ocupație, o profesie.

Cadrul European al Calificărilor prevede 8 niveluri de formare care reflectă finalitățile întregului sistem educațional. Din acest sistem, nivelul 6 corespunde studiilor de licență, nivelul 7 - studiilor de masterat, iar nivelul 8 – studiilor de doctorat. Cadrul identifică opt competențe-cheie:

- *comunicarea în limba maternă;*
- *comunicarea într-o altă limbă;*
- *competențe de bază în matematică, știință și tehnologie;*
- *competențe digitale;*
- *competențe de a învăța să înveți;*
- *competențe interpersonale și civice;*
- *sensibilitatea la cultură;*
- *spirit antreprenorial.*

Aceste competențe trebuie dobândite până la sfârșitul ciclului de învățământ obligatoriu și urmează a fi menținute pe tot parcursul vieții. Însă componenta de bază a Cadrului Calificărilor sunt finalitățile.

Finalitățile reprezintă descrierea rezultatelor învățării, ceea ce studentul trebuie să cunoască, să înțeleagă și să fie capabil să demonstreze după finisarea studiilor. Finalitățile specifică cerințele pentru acordarea creditelor.

Finalitățile de studiu sunt formulate de către cadrele didactice. Ținând cont de necesitatea conexiunii dintre cererea și oferta de educație, precum și de asigurarea funcționalității achizițiilor academice, **rezultatele învățării sunt exprimate în termeni de competențe.** Ansamblul de competente este apreciat drept instrument/mecanism de integrare socio-profesională de succes.

Competența reprezintă o combinație dinamică de atribute (cunoștințe și aplicarea lor, aptitudini, atitudini și responsabilități), **ce descriu finalitățile de studiu sau maniera în care studentul va reuși să aplice cunoștințele obținute la sfârșitul programului de formare profesională.** Ele se pot referi la o unitate de curs sau / la un ciclu de programe.

Stabilim, deci, o corelație dintre calificări și competențe. **Pregătirea într-un domeniu concret de activitate este recunoscută doar în baza demonstrării unor competențe.** O astfel de abordare este în concordanță cu contextul social-economic și cu promovarea noilor realizări din domeniul științelor educației. Axarea procesului de formare profesională pe formare de competențe sporește funcționalitatea achizițiilor academice și determină instituțiile de învățământ superior să fie mai receptive la cerințele pieții muncii.

Sistemul de competențe include:

- **competențe cognitive**, care vizează utilizarea teoriei și a conceptelor, precum și a capacităților de cunoaștere dobândite tacit și informal prin experiență;
- **competențe funcționale**, deprinderi sau capacități de utilizare a cunoștințelor într-o situație de muncă dată;
- **competențe personale**, care vizează capacitatea adoptării unei atitudini și/sau comportament adecvat într-o situație particulară;
- **competențe etice**, care presupun demonstrarea anumitor valori profesionale și personale.

În dependență de contextul formării profesionale și nevoia de manifestare a comportamentului specialistului, identificăm competențe generale și specifice.

Competențele generale reflectă esența pregătirii profesionale la un anumit nivel (licență, master), în domeniul de formare profesională.

Conform **proiectului Tuning**, competențele generale pot fi clasificate:

- a) **competențe instrumentale:** abilități cognitive, metodologice, tehnologice și lingvistice;
- b) **competențe interpersonale:** abilități personale de tipul celor sociale, interacțiune socială, cooperare etc.;
- c) **competențe sistemice:** abilități și deprinderi holistice. Deținerea acestor competente este posibilă în baza primelor două tipuri de competențe.

Când vorbim de competențe generale, facem referire la așa elemente precum capacitatea de analiză și sinteză, cunoștințe generale, percepția dimensiunii europene și internaționale, capacitatea studiului independent, cooperare și comunicare, tenacitate, abilități de conducere, de organizare și planificare. Cu alte cuvinte, este vorba despre calități utile în orice situație, nu numai în cazuri specifice unui anumit domeniu.

Un mecanism de formulare a calificărilor îl constituie descriptorii Dublin, care se referă la:

- a. cunoaștere și înțelegere;
- b. aplicarea cunoștințelor;
- c. abilități analitice și predictive;
- d. abilități de comunicare;
- e. abilități de învățare (a învăța să înveți).

Prin îmbinarea taxonomiei competențelor, rezultată din Proiectul Tuning și a descriptorilor Dublin, Cadrul European al Calificărilor, a determinat următoarea clasificare a competențelor generale:

1. cunoștințe;
2. deprinderi;
3. competențe personale și profesionale:
 - a) *autonomie și responsabilitate;*
 - b) *abilitatea de a învăța;*
 - c) *competențe sociale și de comunicare;*
 - d) *competențe profesionale.*

Sistemul de calificări exprimat în finalități/competențe este formulat pentru un anumit ciclu și exprimă nivelul de pregătire al specialistului. Organizarea învățământului superior pe cicluri este determinată de complexitatea diferită a procesului de studii și, respectiv, de o complexitate diferită a finalităților /competențelor pentru absolvenții studiilor de Licență și de Masterat.

Prin calificările de nivel 6, ce corespunde studiilor de licență din Cadrul European al Calificărilor, se validează cunoștințe, deprinderi și competențe asociate unui domeniu de învățare sau muncă, unele dintre ele fiind dintre cele mai avansate în domeniul respectiv. Aceste calificări validează, de asemenea, aplicarea cunoștințelor în construirea și susținerea argumentelor utilizate în rezolvarea problemelor și elaborarea judecăților de validare, bazate pe cunoașterea problematicii sociale și a eticii.

Prin calificările de nivel 7 (nivel de masterat) se validează cunoștințe, dobândite prin învățarea autonomă, o parte dintre acestea fiind cele mai avansate dintr-un domeniu specializat, constituind baza originalității în dezvoltarea sau aplicarea ideilor într-un context de cercetare. Aceste calificări validează de asemenea, abilitatea de integrare a cunoștințelor și de formulare a judecăților bazate pe cunoașterea problematicii sociale și a eticii, precum și de asumare a responsabilității. Ele reflectă și experiența de gestionare a procesului de schimbare într-un mediu complex.

De remarcat că pentru toate ciclurile se proiectează atât competențe generale, cât și competențe specifice. Competențele specifice sunt elaborate în baza taxonomiei Tuning-Dublin, punându-se accent prioritar pe descriptorii Dublin.

Specialiștii în domeniu, cadrele didactice și beneficiarii serviciilor educaționale stabilesc sistemul de competențe și prioritățile fiecăreia în funcție de rolul lor în perspectiva integrării socio-profesionale.

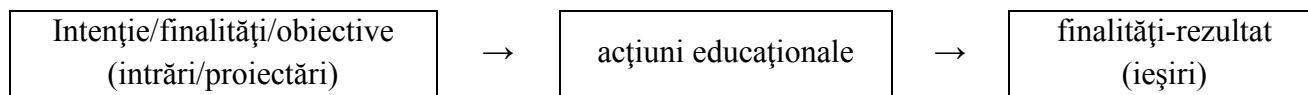
Sistemul de competențe din perspectiva integrării socio-profesionale

<i>Eticheta Dublin</i>	<i>Dimensiunea descriptorilor</i>	<i>Nr. competențelor specifice raportat la dimensiunile Dublin</i>	
		<i>Ciclul I</i>	<i>Ciclul II</i>
A	Cunoaștere și înțelegere	5	2
B	Aplicarea cunoștințelor și trecerea de la teorie la practică	5	4
C	Abilități analitice și predictive	1	1
D	Abilități de comunicare	2	3
E	A învața să înveți	1	2

De obicei, calificările ciclului I, studii de Licență conțin mai multe competențe la nivel A sau B, iar calificările ciclului II, studii de Master sunt axate pe formarea de competențe de nivel C, D, E.

Esența modernizării curriculumului la etapa actuală constă în orientarea procesului didactic spre formarea de competențe, iar curriculumul modernizat conceput în cheia competențelor impune noi rigori procesului educațional integral.

Din analiza finalităților ca element-cheie a curriculumului stabilim o relație funcțională dintre finalitățile-intenție și finalitățile - rezultat în raport cu procesul didactic:



În sens taxonomic se impune și o stabilire a corespondenței - **obiective - competențe**:

Obiective generale ⇒ **competențe - cheie** ;

Obiective intermediare ⇒ **competențe transdisciplinare/transversale**;

Obiective concrete ⇒ **competențe specifice/subcompetențe**.

Prin formularea obiectivelor operaționale proiectăm deținerea unor achiziții concrete, formarea unor subcompetențe observabile și măsurabile, rezultate din activități didactice concret determinate (lecții, seminare, lecții de laborator, stagii de practică ș. a.). O astfel de abordare generează nu numai modificarea curriculei, dar și schimbarea a însăși procesului de formare profesională. Accentul se pune pe cunoștințele funcționale, pe dimensiunea procesului didactic, pe racordarea lui la nevoile de formare a specialistului și la cerințele pieței și vieții.

De asemenea, se evidențiază orientarea spre realizarea personală, spre dezvoltarea unui cetățean activ, responsabil, pentru angajabilitate în piața muncii, pentru promovarea și dezvoltarea unei cariere profesionale.

Pornind de la dezideratul că „calitatea este atunci, când cursul sau programul asigură studenții să ajungă la finalitățile de studiu/rezultatele planificate ale învățării”, un sistem instituțional de asigurare a calității ar trebui doar să confirme că acest fapt se produce. Calitatea are loc în contextul interacțiunii dintre profesori, studenți și reprezentanții agenților economici. E foarte important să avem clar determinate și planificate finalitățile/rezultatele învățării exprimate

în competențe, strategii de realizare – metode adecvate de predare, învățare, cercetare, evaluare și un feedback informativ studenților și societății. Toate se regăsesc în Triunghiul cunoașterii, care integrează **cercetarea, educația și afaceri**.

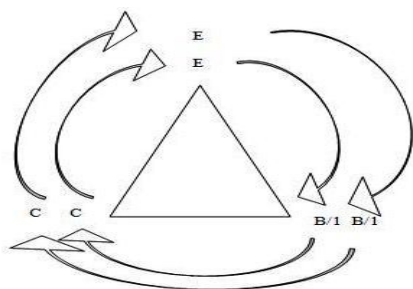
În viziunea europeană competența se tratează drept o sumă de cunoștințe și abilități. Toate se plămădesc în cadrul procesului didactic și stagiilor de practică, configurând predarea, învățarea, cercetarea, evaluarea. Urmează să găsim răspunsurile la următoarele întrebări:

Care sunt cele mai bune modalități de integrare a cercetării cu predarea și învățătura?

Care sunt cele mai bune metode de predare pentru creativitate, inovație și antreprenoriat?

Care sunt cele mai bune căi de a aduce înapoi cunoașterea și experiența din afaceri pentru a crea o nouă cercetare?

Într-un cuvânt ne mișcăm pe veșnica spirală (triunghiul) a cunoașterii.



Acest triunghi ne propune învățare prin practică și prin cercetare.

Astfel, se impune să conectăm la procesul de formare profesională agentul economic, beneficiarul serviciului educațional.

Am încercat să studiem aceste procese în cadrul proiectului TEMPUS 2008-FR-JPHES „Dezvoltarea de parteneriate cu întreprinderile din Moldova”. Pentru verificarea posibilităților de adaptare a metodologiei practicate de către Uniunea Europeană privind adecvarea programului universitar de formare profesională la nevoile mediului economic au fost elaborate **chestionare pentru profesioniști și absolvenți**: absolventul UCCM în viziunea angajatorului și universitatea în viziunea absolvenților. Pentru realizarea studiului satisfacerii angajaților și absolvenților, anchetele au fost testate în prealabil. Au fost determinați pentru sondaj absolvenții următoarelor specialități: *Contabilitate, Business și administrare, Marketing și logistică*. La organizarea sondajului au fost implicate 3 catedre de profil, 20 persoane, 79 absolvenți, 41 angajatori. Ulterior, au fost prelucrate rezultatele sondajului și prezentate la ședința Senatului.

În baza testării au fost formulate următoarele concluzii:

- * mediul de afaceri nu deține informații complete privind programele de studii și nu este predispus să aloce finanțe pentru formarea continuă;
- * mai bine de 85% din absolvenți activează conform specialității obținute;
- * dialogul și colaborarea dintre universitate, absolvent și angajator trebuie să devină o practică obligatorie și continuă.

Drept consecință s-au efectuat ajustări ale programelor de formare profesională, atrăgând o atenție mai sporită stagiilor de practică, formării competențelor-rezultate ale învățării.

Proiectul ne-a oferit și alte posibilități:

- * profesionalizarea studiilor prin schimbări în modul de organizare a stagiilor de practică la întreprinderi, modificarea obiectivelor tezelor de licență și de masterat, orientate spre rezolvarea unor probleme aplicative propuse de întreprinderi;
- * deschiderea Centrelor de formare continuă în toate universitățile din consorțiu, lărgirea arealului cuprins de rețeaua de formare continuă;

- * elaborarea curriculei și implementarea modului de formare antreprenorială a studenților în toate programele de studii;
- * inițierea incubatorului de afaceri.

Toate aceste poziții urmează a fi menținute și dezvoltate. **Se mai impune:**

- * de extins practica instruirii studenților în domeniul antreprenoriatului și susținerea lor în inițierea afacerilor;
- * de asigurat activitatea eficientă a Centrului de asistare antreprenorială.

În UCCM ani la rând se implementează SMC, în cadrul căruia s-a efectuat *evaluarea satisfacției agenților economici*. În anul trecut de studii au fost chestionați 152 agenți economici.

Analizând chestionarul de evaluare a satisfacției agenților economici la toate specialitățile, respondenții sunt, în genere, mulțumiți cum se prezintă studenții universității (cu 5 și 4 puncte – **97%**, cu 3 puncte **3%**).

În scopul desăvârșirii procesului de pregătire a absolvenților, se propune cunoașterea softurilor specializate, utilizate în cadrul băncilor comerciale și dezvoltarea abilităților practice în domeniul contabilității, de a dezvolta capacitatea de comunicare și de argumentare a ideilor înaintate, de a oferi studenților posibilitatea de a însuși mai profund tehnologiile informaționale.

Concomitent, se propun măsuri de îmbunătățire și pentru universitate:

- * întreprinderea acțiunilor eficiente privind dezvoltarea parteneriatului universității cu mediul antreprenorial;
- * intensificarea activităților de semnare a Convențiilor, Acordurilor de parteneriat dintre universități, facultăți, catedre și mediul de afaceri ce vizează formarea profesională a studenților, formarea continuă a specialiștilor din întreprinderi, organizarea cercetărilor științifice la comanda antreprenorilor;
- * organizarea de conferințe, mese rotunde, simpozioane, expoziții, reuniuni cu conducătorii întreprinderilor;
- * ghidarea studenților spre realizarea unor teze de licență și de masterat, care trebuie ajustate la cerințele angajatorilor;
- * amplificarea acțiunilor de implicare a partenerilor din mediul economic (absolvenți și angajatori) în activitățile de formare profesională a studenților;
- * ajustarea permanentă a planurilor și programelor de studii la cerințele pieței forței de muncă din Republica Moldova;

Formal se propun și se fac multe, eficacitatea însă e slabă: de exemplu la stagiile de practică studentul nu devine stagiar, nu îndeplinește roluri reale ale funcției, uneori nu întotdeauna are acces la minimul de date, nu este pus în rolul adecvat al specialistului.

Avem interese comune și doar împreună cu mediul de afaceri vom putea spori formarea competențelor – finalitate a procesului de formare a specialiștilor.

Bibliografie:

- 1.*** Competențe-cheie. Studiul 5. Eurydice, 2001.
- 2.*** Competențe-cheie pentru educație pe tot parcursul vieții. - Un Cadru de referință european. 2004, noiembrie.
3. Dandara, O., Constantinov, S., Sclifos, L. *Pedagogie: Suport de curs*. Ed. a 2-a. Chișinău: CEP USM, 2011.
4. Negreț-Dobridor, I. *Teoria generală a curriculumului educațional*. Iași: Polirom, 2008.

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ – NOUA PARADIGMĂ A UNOR INSTITUȚII PUBLICE MODERNE

*Niță Nelu, dr., lect. univ.,
Universitatea „George Bacovia” din Bacău, România*

In a world which is in the process of globalization and so fragmented, Europe must assume the responsibilities incumbent on it in a governance of globalization. The role they play in Europe, it is that of a power struggle against violence, terror and fanaticism, which does not remain indifferent to the injustices facing the world today. The EU member countries involved in the european dream and realization in the process of globalization, must face many challenges in the extreme, in the sense that, on the basis of a new social responsibilities, all institutions of those countries should be brought in the first place, closer to its citizens.

Key words: *corporate social responsibility; globalization; public institutions; international standards.*

Introducere

Efectele dezastruoase ale celor două războaie mondiale și, mai ales, slăbirea poziției Europei în lume, au condus la conștientizarea, pe scară tot mai largă, a faptului că numai pacea și acțiunea concertată pot să transpună în realitate visul unei Europe puternice și unite. Acum, când trăim într-o lume aflată în plin proces de globalizare, fiind totuși atât de fragmentată, Europa trebuie să își asume responsabilitățile ce îi revin într-o guvernare a globalizării. Rolul pe care trebuie să îl joace Europa este acela al unei puteri care luptă împotriva violenței, a terorismului și care nu rămâne indiferentă la nedreptățile cu care lumea se confruntă astăzi. Pe scurt, Europa trebuie să joace rolul unei puteri care vrea să schimbe cursul evenimentelor internaționale, în așa fel încât printre beneficiari să se regăsească nu doar țările bogate, ci și cele sărace, din Uniunea Europeană, dar și din afara Uniunii. O astfel de putere trebuie să asigure identificarea și implementarea unui cadru moral, pe care să se bazeze procesul amplu de globalizare, proces care trebuie să fie bine ancorat pe principiile responsabilității sociale, solidarității și dezvoltării durabile.

Ca țară membră a Uniunii Europene, implicată în realizarea visului european și în acest proces amplu al globalizării, România trebuie să facă față la extrem de multe provocări, sens în care instituțiile statului român trebuie aduse, în primul rând, mai aproape de cetățeni. Este important ca cetățenii să susțină obiectivele strategice ale României și ale Uniunii Europene, dar pentru aceasta ei trebuie să observe și să simtă, întotdeauna, legătura dintre aceste obiective și acțiunile de zi cu zi ale instituțiilor publice ale statului, care trebuie să acționeze numai în interesul general, al tuturor cetățenilor. Pentru aceasta, cetățenii își doresc instituții flexibile și bine structurate și, mai ales, mai eficiente și mai transparente în rezolvarea problemelor cu care ei se confruntă direct.

Toate instituțiile democratice ale statului român, trebuie să respecte întocmai așteptările cetățenilor. Este cunoscut faptul că, odată cu consolidarea și îmbunătățirea justiției, a siguranței și a acțiunilor împotriva criminalității, cetățenii României își doresc creșterea nivelului de trai, doresc rezultate mai bune în ceea ce privește politicile salariale, combaterea activă a sărăciei și a excluziunii sociale. Cetățenii își doresc, de asemenea, soluționarea concretă a problemelor de

mediu, crearea de locuri de muncă, îmbunătățirea calității vieții, reducerea infraționalității, educație și servicii medicale de calitate, inclusiv implicarea și dezvoltarea comunităților lor. În același timp, cetățenii doresc ca instituțiile publice, din toate domeniile, să renunțe la comportamentul birocratic și coruptibil, pentru a asigura apariția și dezvoltarea de noi oportunități, precum și răspunsuri prompte la probleme concrete.

Pentru îndeplinirea întocmai a așteptărilor cetățenilor în România nu este necesară numai o legislație clară, care să fie respectată și aplicată fără nici un fel de discriminări și privilegii, ci este nevoie și de o adevărată cultură a responsabilității sociale, din partea tuturor instituțiilor publice și democratice ale statului român. Mai mult de atât, pentru încurajarea implicării responsabile a companiilor, este necesară chiar transformarea autorităților publice în agenți responsabili, constituirea lor în modele pentru promovarea practicilor responsabile.

Responsabilitatea socială a instituțiilor publice

Asigurarea unui înalt nivel de calitate în toate instituțiile publice, în concepția noastră, trebuie să se realizeze cu luarea în considerare și a unui înalt nivel de responsabilitate socială din partea întregului personal, în exercitarea atribuțiilor conferite prin lege. În acest sens, avem în vedere că performanțele tuturor organizațiilor, în relație cu societatea globalizată în care funcționează și a impacturilor acestora asupra calității vieții și a mediului, constituie o componentă critică a măsurii performanțelor totale și a capacităților lor de a continua să funcționeze consecvent în mod eficace și eficient. Practic, considerăm că toate organizațiile la nivel mondial trebuie să fie din ce în ce mai conștiente, de necesitatea și beneficiile unui comportament social responsabil și echilibrat, care să contribuie la o dezvoltare durabilă.

În viziunea instituțiilor europene, responsabilitatea socială este considerată a fi *“modul unei firme de a integra preocupările sociale, de mediu și economice în sistemul de valori și cultura organizațională, pentru a asigura luarea deciziilor strategice și operaționale într-o manieră transparentă și responsabilă, și de a stabili prin urmare practici mai bune în cadrul firmei, pentru a crea bogăție și a îmbunătăți societatea”*⁸². Astfel putem afirma, fără teama de a greși, că responsabilitatea socială reprezintă comportamentul etic continuu în orice tip de activitate, pentru a contribui la dezvoltarea economică durabilă, prin îmbunătățirea calității vieții, forței de muncă, precum și a comunității locale și a societății în general. Mai multe de atât, în prezent anvergura mondială a unor domenii de acțiune și recunoașterea pe scară largă a responsabilității sociale arată că problemele relevante cu care se confruntă toate organizațiile, se pot extrapola mult dincolo de cele existente în imediata vecinătate a acestora. Astfel, în contextul noii responsabilități sociale, considerăm că performanțele așteptate din partea organizațiilor și durabilitatea acestor performanțe, în relație cu societatea în care funcționează, cu mediul intern și internațional, constituie o componentă critică a măsurii performanțelor lor totale și a capacității lor de a funcționa eficace și eficient, în raport cu performanțele globale ale societății.

Responsabilitatea socială este definită conform standardului internațional SR ISO 26000:2011, ca fiind: *“responsabilitatea unei organizații față de impactul deciziilor și activităților sale asupra societății și mediului, manifestată printr-un comportament etic și transparent, care contribuie la o dezvoltare durabilă, inclusiv la sănătatea și bunăstarea societății, ia în considerare așteptările părților interesate, respectă legile în vigoare și este în acord cu normele internaționale de comportament, este integrată în ansamblul organizației și aplicată în relațiile sale”*.

⁸² Pentru mai multe informații poate fi accesat site-ul de internet: <http://ec.europa.eu/enterprise/csr>

Comportament etic, este acel comportament conform cu principiile acceptate ale unei conduite corecte sau bune, în contextul unei situații particulare și în acord cu normele internaționale de comportament.

Comportament transparent, este comportamentul care manifestă deschidere privind deciziile și activitățile care afectează societatea, economia și mediul, precum și dorința de a comunica acestea, într-un mod clar, precis, prompt, onest și complet.

Având în vedere aspectele precizate mai sus, considerăm că toate instituțiile statului, precum și toate părțile interesate de activitatea acestora, trebuie să fie din ce în ce mai conștiente de necesitatea și beneficiile unui comportament instituțional responsabil social, al cărui obiectiv nu poate fi decât acela de a contribui la dezvoltarea durabilă a societății românești, prin respectarea întocmai a legii, datorie fundamentală a oricărei organizații și parte esențială a responsabilității lor sociale.

Standarde internaționale privind responsabilitatea socială

Prin aprobarea și intrarea în vigoare a **Standardului internațional SR ISO 26000:2011-Linii directoare privind responsabilitatea socială**, fiecare organizație este invitată să devină mai responsabilă social, prin implementarea și aplicarea acestui standard, care în fapt conține recomandări nu cerințe și nu se utilizează pentru certificare. Standardul SR ISO 26000:2011 este un standard internațional care furnizează linii directoare privind responsabilitatea socială, fiind destinat organizațiilor de toate tipurile, din sectorul public sau privat, din țări dezvoltate, în curs de dezvoltare sau în tranziție. Prin aplicarea acestui standard se adaugă valoare activităților existente privind responsabilitatea socială și se poate extinde înțelegerea și implementarea responsabilității sociale, prin faptul că:

- prezintă un consens internațional asupra a ceea ce înseamnă responsabilitatea socială și temele la care trebuie să se refere organizația;
- furnizează linii directoare pentru transformarea principiilor în acțiuni efective;
- cuprinde cele mai bune practici deja stabilite și le diseminează la nivel mondial pentru binele comunității internaționale.

Liniile directoare cuprinse în standardul SR ISO 26000:2011 sunt inspirate de cele mai bune practici, dezvoltate de inițiativele de responsabilitate socială ale sectorului public și privat. Ele sunt corelate și completate cu declarațiile și convențiile relevante ale Națiunilor Unite și instituțiilor specializate ale acestora, în special ILO (Organizația Internațională a Muncii), cu care ISO a stabilit un acord pentru a asigura concordanța cu standardele de muncă ale ILO. ISO a semnat, de asemenea, un acord cu UNGCO (Biroul Internațional pentru Convenții al ILO) și cu OECD (Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică) pentru a crește colaborarea în vederea elaborării standardului ISO 26000.

Pentru înțelegerea modului de aplicare a principiilor responsabilității sociale în orice instituție și organizație este foarte relevantă schema de mai jos, redată prin preluare și adaptare din standardul internațional SR ISO 26000:2011.

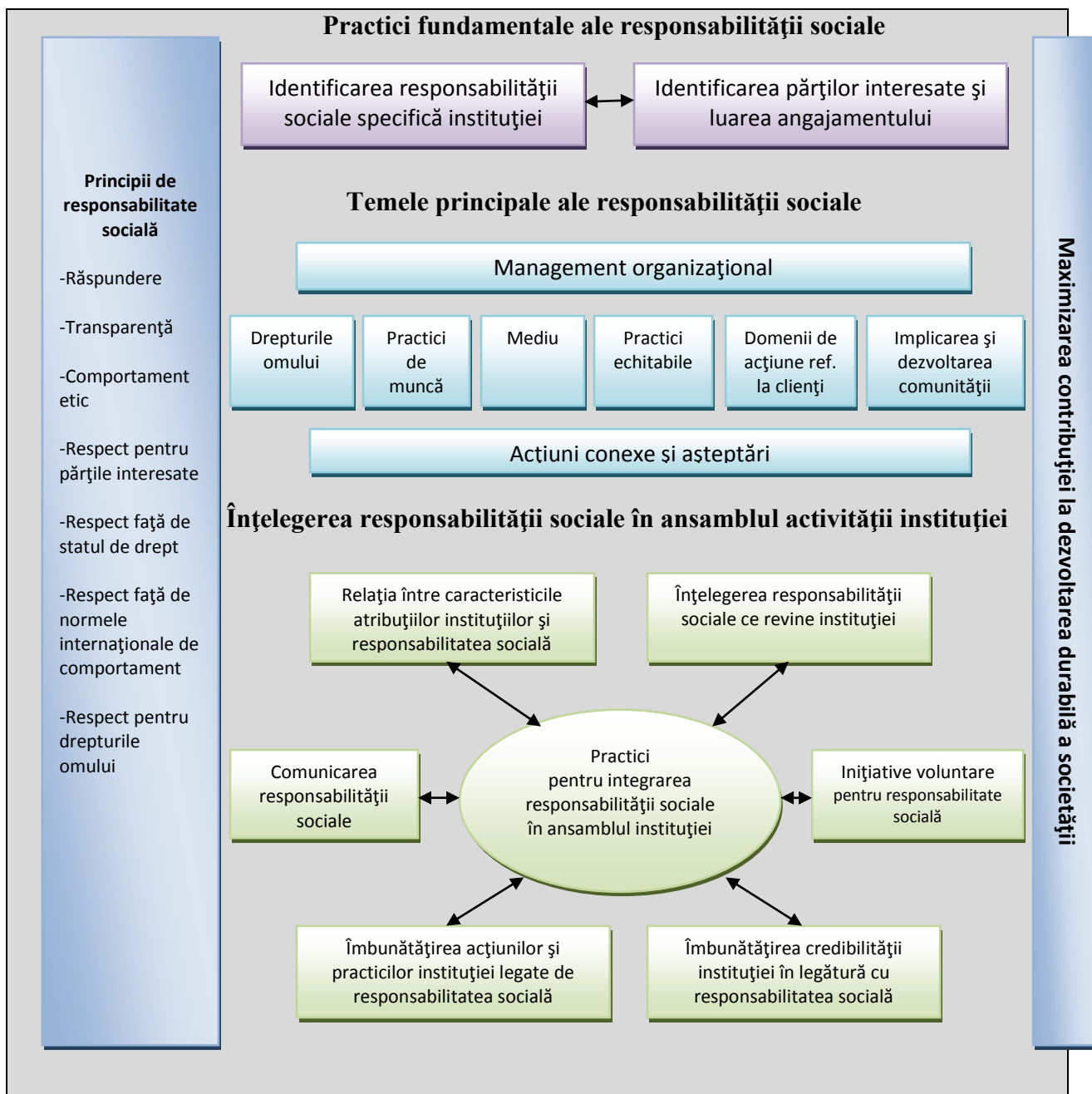


Figura 1. Schema de aplicare a responsabilității sociale

Schema de mai sus este extrem de utilă pentru sprijinirea managementului de la cel mai înalt nivel din orice instituție publică și din orice organizație, pentru înțelegerea modului de utilizare a standardului SR ISO 26000:2011, în aplicarea recomandărilor referitoare la creșterea responsabilității sociale a întregului personal, în vederea maximizării contribuției acelei instituții sau organizație la dezvoltarea durabilă a societății.

Pentru aceasta este necesar ca, mai întâi, să fie analizate și luate în considerare, toate caracteristicile responsabilității sociale specifice atribuțiilor instituției, precum și caracteristicile relațiilor acelei instituții cu dezvoltarea durabilă a societății.

În acest sens este necesar ca fiecare instituție să-și revizuiască principiile responsabilității sociale și să impună respectarea acestora în practica de zi cu zi a întregului personal, concomitent cu respectarea în practică a tuturor principiilor specifice activităților desfășurate. În continuare,

managementul de la cel mai înalt nivel al instituției trebuie să asigure: identificarea și analiza temelor principale și a domeniilor de acțiune ale responsabilității sociale specifice instituției, identificarea fiecăreia dintre acțiunile și așteptările asociate temelor și domeniilor responsabilității sociale ce îi revin și să ia în considerare cele două practici fundamentale ale responsabilității sociale, respectiv: recunoașterea responsabilității sociale a instituției în sfera sa de influență, precum și identificarea și dialogul cu părțile interesate, pe temele și domeniile principale de acțiune ale responsabilității sociale, în raport cu așteptările asociate acestora. În final, managementul de la cel mai înalt nivel al instituției, în funcție de temele principale și de domeniile de acțiune relevante și semnificative, trebuie să asigure integrarea responsabilității sociale în deciziile și activitățile sale, prin practici referitoare la: *integrarea responsabilității sociale în politicile instituției, în cultura organizațională, în strategii și activități, dezvoltarea competențelor interne pentru responsabilitate socială, inițierea de acțiuni de comunicare internă și externă despre responsabilitatea socială, revizuirea cu regularitate a acțiunilor și practicilor legate de responsabilitatea socială.*

Componentele responsabilității sociale reflectă așteptările societății la un moment dat, fiind în consecință susceptibile de a fi schimbate. Deoarece preocupările societății se modifică, așteptările organizațiilor se schimbă și ele, pentru a reflecta aceste schimbări.

Globalizarea, creșterea mobilității și accesibilității, precum și creșterea posibilităților de comunicare instantanee, indică faptul că persoanelor și organizațiilor din întreaga lume, trebuie să le fie mai ușor să cunoască deciziile și activitățile organizațiilor, atât din imediata vecinătate, cât și din locațiile cele mai îndepărtate. Acești factori oferă, astfel, posibilitatea persoanelor și organizațiilor de a beneficia de noi metode și mijloace, pentru cunoașterea și soluționarea problemelor. De asemenea, acest fapt înseamnă că deciziile și activitățile organizațiilor, sunt subiectul unei analize amănunțite, din partea diverselor organizații și persoane. În acest fel, pot fi comparate cu ușurință politicile sau practicile aplicate de organizații în diverse locații.

Concluzii

Luând în considerare aspectele menționate mai sus, în opinia noastră, orice instituție, precum și toate structurile sale organizatorice, trebuie să constituie permanent subiectul unor amănunțite analize din partea diverselor părți interesate, astfel încât existența și percepția performanțelor obținute de instituție, inclusiv în materie de responsabilitate socială, pot avea influențe pozitive sau negative, după caz: asupra reputației și imaginii instituției, asupra capacității de a atrage și a păstra cei mai buni angajați, în raport cu obiectivele de performanță stabilite și așteptate, asupra menținerii motivației, a angajamentului, implicării și productivității angajaților, asupra relațiilor structurilor organizatorice ale instituției cu alte autorități publice, cu mass-media, cu partenerii, cu clienții și cu comunitatea în care funcționează fiecare structură în parte.

Beneficiile aduse de comportamentul responsabil social al instituțiilor statului, ca model pentru promovarea practicilor responsabile ale companiilor din mediul privat, pot consta, în mod evident, în stimularea redresării economice, creșterea competitivității, crearea de noi locuri de muncă și dezvoltarea de noi piețe în beneficiul companiilor, a cetățenilor, a comunității și a statului în ansamblul său.

Bibliografie:

1. Androniceanu, Armenia. *Management public*. București: Ed. Universitară, 2006.
2. Costachi, Gheorghe. Direcțiile prioritare ale edificării și consolidării statului de drept în Republica Moldova. În: *Contribuții științifice la edificarea și consolidarea statului de drept*. Academia „Ștefan cel Mare” a MAI, Institutul de Istorie, Stat și Drept. Chișinău, 2011.
3. Niță, Nelu. *Managementul excelenței în instituțiile de ordine și siguranță publică*. Iași: Tehnopress, 2013.
4. Paraschivescu, Andrei Octavian. *Managementul excelenței*. Iași: Tehnopress, 2009.
5. Peicuți, Cristina. *Lumea în criză. Erorile sistemului*. Iași: Polirom, 2011.
6. Teulon, Frédéric. *Le rôle de l'État dans l'économie*. Trad. Adriana Manolică. Editions du Seuil, Janvier, 1997. Iași: Institutul European, 2002.
7. Standardul internațional SR ISO 26000:2011 - Linii directoare privind responsabilitatea socială.

ABORDĂRI LOCALE ALE EDUCAȚIEI FINANCIARE

Ciumara Tudor, dr.,

Centrul de Cercetări Financiare și Monetare „Victor Slăvescu”, Academia Română

Financial education can be seen as a cornerstone of economic development. It is therefore important to study how the need for this type of education is understood as well as how the various relevant institutions treat it. For this, we briefly review the links between financial literacy and economic growth. We then look at the different types of institutions within Romania that could contribute to adjusting the level of financial literacy of the population. The attention is focused towards academic institutions and those operating in the financial system. Following this analysis, we make a brief comparison with the situation in this field found in other countries.

Key words: *Financial education, personal finance, household finance, economic development.*

În literatura de specialitate de limbă engleză se folosesc doi termeni legați de subiectul acestei lucrări, cu sensuri apropiate, dar totuși distincte: *financial education* și *financial literacy*. În vreme ce primul nu ridică probleme de traducere în limba română, fiind destul de clar la ce se referă, pentru cel de-al doilea cu greu putem găsi o traducere potrivită, dicționarele oferind pentru *literacy* echivalentul românesc *știință de carte*. O variantă de traducere ar fi cea utilizată de Stănculescu (2010a): *alfabetizare financiară*. Astfel, educația financiară poate fi definită ca procesul de acumulare de informații și dezvoltare de competențe financiare (OECD, 2006), în vreme ce alfabetizarea financiară poate fi descrisă ca abilitatea de a folosi informațiile și competențele dobândite prin educare, în vederea gestionării resurselor financiare (Hastings et al., 2012). Pentru simplitate, în această lucrare folosim cu precădere termenul de *educație financiară*, acceptând o definiție extinsă, care să cuprindă și aspectele legate de alfabetizarea financiară.

Importanța pe care o are educația financiară asupra dezvoltării economice a fost discutată în mai multe studii. Hogarth (2006), spre exemplu, observă că acest tip de educație poate fi parte din strategiile de dezvoltare economică, reținând însă și dificultatea de a demonstra științific legătura dintre educație financiară și dezvoltare economică. Tot Hogarth (2006) semnalează importanța distingerii dintre informare și educare și necesitatea unei abordări complementare, pentru obținerea unor schimbări de comportament în domeniul financiar. Alte studii, precum cel al Băncii Mondiale (World Bank, 2009a) sau OECD (2006a) evidențiază mai clar importanța economică a educației financiare. Relativ ușor de intuit, insuficiența cunoștințelor în domeniul financiar este în strânsă legătură cu sărăcia, gradul scăzut de educație, apartenența la mediul rural, munca în agricultura de subzistență, situație evidențiată pentru cazul României de Stănculescu (2010b). Autoarea observă că pentru sporirea nivelului de alfabetizare financiară este necesară îmbunătățirea educației, dezvoltarea economică și socială, inclusiv prin dezvoltarea de programe de educație financiară.

Am menționat gestionarea eficientă a resurselor financiare ca finalitate a procesului de educare financiară a populației. Pentru a înțelege importanța acestui tip de educație putem analiza episoade din istoria recentă a României, în care lipsa unui grad corespunzător de pregătire financiară a populației a avut rezultate nedorite. Pot fi astfel amintite numeroasele jocuri financiare

piramidale ce au păgubit milioane de persoane (Caritas, Gerald, Philadelphia, FNI etc.), economiile la CEC erodate aproape complet de inflația din anii '90, îndatorarea excesivă a multora în anii imediat anteriori crizei economice sau gestionarea necorespunzătoare a unor împrumuturi scumpe (carduri de credit, amanet, cămătărie etc.). Acestea sunt numai câteva exemple de cazuri în care existența unui bagaj mai bogat de cunoștințe financiare ar fi putut duce la evitarea multor pierderi financiare și chiar drame personale. Aceste exemple furnizează în același timp și motive de stimulare a activităților educative în domeniul financiar.

Importanța educației financiare a fost analizată în literatura de specialitate în relație cu diverse elemente asociate, precum pregătirea pentru pensionare (Lusardi, 2008), împrumuturile cu costuri ridicate (Lusardi și de Bassa Scheresberg, 2013), sporirea bunăstării (Behrman et al., 2010), comportamentul de economisire (Lusardi, 2008), activitatea bursieră (van Rooij et al., 2007) etc.

Este cert faptul că, în prezent, complexitatea operațiunilor de natură financiară, pe care trebuie să le desfășoare un individ "mediu", este mult mai ridicată decât în urmă cu două decenii, spre exemplu. Ca urmare, a crescut și nivelul cunoștințelor și abilităților pe care acesta trebuie să le posede pentru a se putea considera că deține un nivel corespunzător de educație financiară, care să-i permită să-și gestioneze eficient resursele financiare. Este oarecum previzibil faptul că o comunitate formată din indivizi cu cunoștințe financiare mai avansate va fi o comunitate mai dezvoltată și mai prosperă. Aceasta este, de altfel, argumentația uzuală pentru ideea că educația financiară are o importanță deosebită pentru dezvoltarea economică generală. Indivizii mai bine informați și educați fac alegeri financiare mai bune și își sporesc nivelul de bunăstare. O comunitate formată din indivizi mai înstăriți este o comunitate mai bogată și mai dezvoltată. Această idee se regăsește și la Jappelli (2010) care, analizând importanța educației financiare, evidențiază trei dimensiuni complementare: 1) dimensiunea activelor individuale; 2) dimensiunea datoriilor individuale și 3) dimensiunea macro, prin contribuțiile aduse la buna funcționare a piețelor și politicilor. Putem intui că un grup de clienți cu activitate financiară individuală mai complexă constituie o bază de clienți calitativ mai bună pentru o instituție financiară decât un grup de clienți cu nevoi și cerințe elementare.

Astfel, dincolo de dezvoltarea economică generală, considerăm că sporirea nivelului de educație financiară prezintă o importanță deosebită pentru instituțiile din sectorul financiar. Analiza lui Stănculescu (2010b) relevă faptul că, pe măsură ce crește nivelul de educație financiară individuală, crește și probabilitatea ca o persoană să utilizeze produse bancare sau de asigurare. În evaluarea acestui factor, trebui ținut cont, pe de o parte, de faptul că gradul general de înțelegere a problemelor financiare este apreciat, în studiul menționat, ca fiind foarte scăzut în România și, pe de altă parte, interesul pentru dobândirea de cunoștințe în domeniul financiar este foarte ridicat. În aceste condiții se poate aprecia că eforturile instituționale de educare financiară a populației pot avea rezultate semnificative, cu efecte pozitive atât din punct de vedere social, cât și strict comercial pentru instituțiile financiare.

Concentrându-ne atenția asupra cazului României, amintim analiza Băncii Mondiale (World Bank, 2009) în care se afirmă necesitatea unui program național pentru educație financiară în această țară. Se afirmă, de asemenea, că educația financiară, împreună cu protecția consumatorului, este necesară pentru existența unor piețe financiare largi, care să servească întregii populații, pentru îmbunătățirea eficienței dimensiunii de retail a pieței financiare și pentru asigurarea stabilității pe termen lung a sistemului financiar. Raportul nominalizează Institutul Bancar Român ca instituție, care ar trebui să colaboreze cu Ministerul Educației pentru dezvoltarea

unor programe educaționale specifice, menționând, în același timp, că și instituțiile financiare ar trebui să joace un rol important în educarea clienților lor.

Pentru a pune în context situația României din punct de vedere al educației financiare, amintim o comparație internațională a nivelului de cunoștințe financiare, prezentată de Jappelli (2010), care poziționează România aproape de limita inferioară a clasamentului, pe locul 49 din 55. Desigur, analizând felul în care a fost calculată această poziționare pot fi eventual găsite explicații. În linii mari însă este foarte posibil ca această poziționare să fie mai curând adevărată decât falsă. În această situație ne putem întreba ce este de făcut pentru a îmbunătăți situația. În răspuns, putem porni de la sinteza G8 (2006), în care se arată că principalii furnizori de educație financiară sunt școlile și alte instituții de educație, locul de muncă, guvernul, instituțiile financiare, ONG-urile și instituțiile internaționale. Se subliniază că, între altele, educația financiară ar trebui să fie parte din buna guvernanță a instituțiilor financiare, a căror responsabilitate în acest sens ar trebui încurajată. Întâlnim deci și aici, precum și în studiul Băncii Mondiale, menționat anterior, ideea că instituțiile financiare ar trebui să joace un rol activ în sporirea nivelului de educație financiară a persoanelor.

Pentru a vedea în ce măsură instituțiile financiare din România se implică în mod real în procesul de educare specifică a persoanelor am realizat o analiză online, atât pe paginile de internet ale principalelor instituții financiare din România, cât și pe alte site-uri, create special pentru oferirea de elemente educaționale. În urma acestei analize, efectuate în cursul lunii mai 2013, am conturat următoarea situație:

Dintre cele 41 de bănci comerciale și sucursale ale instituțiilor de credit străine ce operau în România numai în cazul a 11 instituții (sub 27% din total) am identificat o implicare în problematica educației financiare individuale. Chiar și dintre aceste 11 instituții, mai multe au avut doar o implicare redusă în acest sens, probabil doar 8 dintre ele având o preocupare reală și consistentă (Raiffeisen Bank, Banca Comercială Română, Royal Bank of Scotland, Volksbank, Banca Transilvania, Banca Comercială Carpatica, Unicredit Țiriac, ING).

Am identificat activități orientate spre sporirea gradului de educație financiară în instituții cu rol de reglementare, organizare sau educare a sistemului bancar din România (Banca Națională a României, Asociația Română a Băncilor, Institutul Bancar Român). Dintre acestea, Banca Națională a României pare a avea cea mai clară și consistentă implicare în acest sens.

Fără a realiza o analiză cuprinzătoare a instituțiilor financiare nebancale din țară, am identificat o astfel de instituție (Provident) cu o implicare clară în activități de educare financiară a indivizilor.

În domeniul pensiilor, am identificat preocupări privind educația financiară a populației din partea fostei Comisii de Supraveghere a Sistemului de Pensii Private (înlocuită între timp de Autoritatea de Supraveghere Financiară, instituție cu atribuții mai largi, dar care încă nu și-a început complet activitatea). În ceea ce privește fondurile de pensii, din 10 administratori de fonduri de pensii (pilonul II și pilonul III) unul singur (ING) desfășoară activități observabile în mediul online de educare specifică a clienților.

În afară de instituțiile financiare, am considerat, susținuți și de informații obținute din literatura de specialitate, că un rol important în educarea financiară a populației ar trebui să îl joace și instituțiile de învățământ. În cadrul analizei online realizate am constatat că în sistemul educațional românesc nu există, în clipa de față, o preocupare semnificativă față de acest subiect. Între aspectele pozitive se numără acela că, din anul 2010, s-a decis de către Ministerul Educației ca educația financiară să devină disciplină opțională la nivel gimnazial și liceal, cu o oră de studiu

pe săptămână. În afară de aceasta, am constatat că o serie de instituții din domeniul financiar (precum Banca Națională a României sau Comisia de Supraveghere a Sistemului de Pensii Private) au colaborat cu diverse licee sau universități, organizând seminarii informative și conferințe. Aceste evenimente nu au fost însă organizate în mod sistematic la nivel național și nici nu a existat o continuitate identificabilă a acțiunilor educative în cadrul diferitelor instituții de învățământ. La nivel universitar, în urma unei analize parțiale a ofertei educaționale, nu am identificat cursuri dedicate domeniului finanțelor personale.

Alăturând informațiile privitoare la nivelul precar al educației financiare a populației în România celor rezultate în urma analizei online realizate, constatăm că în prezent nu sunt întrunite condiții care să sugereze iminența unei creșteri a acestui nivel de educație. Preocupate, probabil, de eficientizarea propriilor activități, în ani de criză, instituțiile financiare nu se arată preocupate de sporirea nivelului cunoștințelor financiare ale clienților lor. Poate mai greu de înțeles este aparenta lipsă de preocupare privitoare la acest subiect la nivelul învățământului universitar, unde ar putea fi formați tineri profesioniști orientați către promovarea acestui domeniu educațional.

În final, trebuie să amintim faptul că insuficienta pregătire individuală la nivel financiar nu se limitează la anumite țări, eventual țări mai puțin dezvoltate. Există studii ce indică existența unor deficiențe semnificative în domeniul educației financiare și în țări cu piețe financiare dezvoltate (Lusardi și Mitchell, 2011), relevând existența unei multitudini de factori de influență, precum vârsta, sexul, gradul de educație generală, religia, aspectele specifice anumitor țări etc. În fond, amploarea schimbărilor din domeniu din ultimii ani a fost suficient de mare pentru a aduce noutăți majore pentru toți indivizii, indiferent de țările de origine. Sigur, nu pot fi neglijate decalajele enorme, ce există între sistemele financiare din diferite țări, care presupun existența unor seturi de cunoștințe foarte diferite din partea locuitorilor acestora. Dar, în cele din urmă, ne putem întreba și dacă pentru a măsura gradul de educație financiară a indivizilor, la nivel global, trebuie folosit același etalon. În fond, anumite cunoștințe din domeniul financiar, esențiale pentru fiecare în țări mai dezvoltate din acest punct de vedere, pot fi complet inutile în alte țări, justificând astfel necunoașterea lor. Probabil, eforturile ar trebui orientate către dezvoltarea de abilități și dobândirea de cunoștințe necesare bunei gestionări a resurselor financiare individuale, ținând cont cu precădere de contextul național, în măsura în care granițele naționale marchează sfera activităților financiare individuale.

Bibliografie:

1. Behrman, J.R., Mitchell, O.S., Soo, C., Bravo, D., 2010, *Financial literacy, schooling, and wealth accumulation*, NBER Working Paper 16452.
2. G8, 2006, *Improving financial literacy. Summary of discussion*, Moscova, 18-19 aprilie, <http://www.g8finance.ru/en/documents/index.php?id19=58>.
3. Hastings, J.S., Madrian, B.C., Skummyhorn, W.L., 2012, *Financial literacy, financial education and economic outcomes*, NBER Working Paper 18412.
4. Hogarth, J.M., 2006, *Financial Education and Economic Development*, Improving Financial Literacy International Conference, 29-30 noiembrie.
5. Institutul de Economie Mondială, 2010, *Financial Literacy Survey in Romania. Technical Report*, The World Bank.

6. Jappelli, T., 2010, *Financial Literacy: An International Comparison*, Netspar Discussion Paper 09/2010-064.
7. Lusardi, A., 2008, *Household saving behavior: the role of financial literacy, information, and financial education programs*, NBER Working Paper 13824.
8. Lusardi, A., de Bassa Scheresberg, C., 2013, *Financial Literacy and high-cost borrowing in the United States*, NBER Working Paper 18969.
9. Lusardi, A., Mitchell, O.S., 2011, *Financial literacy around the world: an overview*, NBER Working Paper 17107.
10. OECD, 2006a, *The Importance of Financial Education, Policy Brief*, <http://www.oecd.org/dataoecd/8/32/37087833.pdf>.
11. OECD, 2006b, *Improving Financial Literacy: analysis of issues and policies*, OECD Publishing.
12. Rooij, M. van, Lusardi, A., Alessie, R., 2007, *Financial literacy and stock market participation*, NBER Working Paper 13565.
13. Stănculescu, M. S., 2010a, *Educație financiară și servicii financiare*, Institutul de Cercetare a Calității Vieții, Conferința Educația financiară a populației și serviciile financiare din România, http://www.ibr-rbi.ro/uploads/files/educatie-financiara-si-servicii-financiare_nxja.ppt, București.
14. Stănculescu, M. S., 2010b, *Analysis of the Financial Literacy Survey in Romania and Recommendations*, Institute for the Study of the Quality of Life, Bucharest.
15. World Bank, 2009a, *The Case for Financial Literacy in Developing Countries*, Washington: World Bank, DFID și OECD.
16. World Bank, 2009b, *Romania – Diagnostic Review of Consumer Protection and Financial Literacy, vol. I, Key Findings and Recommendations*, Washington.

PROBLEME DE LEXICOGRAFIE APLICATĂ

*Scutelniciuc Valentina, dr., conf. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

Cet article met en discussion le problème de la sémantisation des termes économiques dans les dictionnaires explicatifs mono- et bilingues partant de la théorie linguosocioculturelle du mot et des exigences actuelles des spécialistes du domaine économique. Pour cela l'auteur a analysé et comparé la sémantisation des termes économiques présentée dans diverses sources lexicographiques et spécialisées. Il a constaté que plus la définition du terme contient des informations sur les réalités socioculturelles (parties sémantiques non notionnelles) plus facilement seront évitées l'interférence linguosocioculturelle et la confusion dans la communication. Il reste qu'à l'élaboration des dictionnaires des termes économiques les lexicographes combinent la traduction avec la sémantisation dans les deux ou plusieurs langues, d'une part, et lors de la sémantisation mettent l'accent sur les particularités de fonctionnement des termes dans le contexte socioculturel spécifique des pays dont la langue est étudiée.

Mots clés: *sémantisation du terme, parties sémantiques notionnelles, parties sémantiques non notionnelles, théorie linguosocioculturelle du mot, interférence linguosocioculturelle.*

Prezentul studiu se înscrie în aria cercetărilor lexicografice ce țin de terminologia economică. În centrul atenției noastre s-au aflat, în special, dicționarele de termeni economici mono- și bilingve [1], [2], [3], [4], elaborate și editate în Franța, România și Republica Moldova. Scopul cercetării în cauză vizează modul de semantizare a termenilor economici în dicționarele respective și măsura în care sunt reflectate realitățile socioculturale, în special, cele socioeconomice, ale țărilor ale căror limbi se studiază, pentru ca, în final, să venim cu unele constatări și sugestii referitoare la utilitatea elaborării, pe principii noi, a unor dicționare terminologice adecvate exigențelor actuale.

Reformarea radicală a economiilor, realizarea reformelor economice, formarea noului mecanism economic, trecerea la relațiile economice de piață au provocat un interes sporit din partea studenților, specialiștilor economiști, și nu numai, pentru dicționarele terminologice de echivalențe, dar, în special, pentru dicționarele terminologice explicative mono- și bilingve.

În demersul nostru științific am reieșit din concepția despre semem [5] în contextul teoriei lingvosocioculturale a cuvântului [6], conform căreia sememul se compune din părți semantice noționale (PSN) și nenotionale (PSNN). Părțile semantice nenotionale alcătuiesc așa-numitul **fundal lexical**⁸³ (lexiceshii fon). Acest fundal lexical este foarte important pentru acumularea cunoștințelor din domeniul socioculturalului (civilizației) țării a cărei limbă se studiază, respectiv pentru lexicografia aplicată și glotodidactică.

Nu toate dicționarele explicative reflectă fundalul lexical al cuvântului (termenului). De regulă, în dicționarele explicative uzuale este reflectată și explicată numai noțiunea lexicală. Fundalul lexical, însă, își găsește expresie în informațiile suplimentare care au menirea să concretizeze contextul sociocultural de utilizare a cuvântului (termenului). Cît privește dicționarele

⁸³ Echivalentul francez pentru termenul *fundal lexical* ar fi „*développements supplémentaires*” și „*développements affinis*” [1, p.3].

terminologice explicative mono- și bilingve, marea lor majoritate definesc termenul (a se înțelege *noțiunea*) sau numai îl traduc, fundalul lexical lipsind practic sau fiind puțin informativ. Dar cu cât informația suplimentară despre semantica termenului va fi mai vastă, cu atât fundalul lexical va fi mai informativ, iar utilizatorul de dicționare va avea la îndemână o sursă mai amplă de familiarizare cu realitățile țării a cărei limba o studiază și, în cele din urmă, va evita, cazurile de confuzie în comunicare.

Să vedem, cum este semantizat, de exemplu, termenul **MARCHE FINANCIER** în **Dictionnaire d'économie et de sciences sociales** [1] și în ce măsură fundalul său lexical reflectă realitățile economice franceze.

MARCHE FINANCIER

Lieu d'émission et d'échange des valeurs mobilières, principalement les actions et les obligations.

1. On distingue marché primaire et marché secondaire⁸⁴.
2. Sur le *marché primaire* (marché du neuf), les entreprises émettent des actions ou des obligations et l'Etat des obligations.
3. Le marché primaire est un marché fictif qui n'a pas d'existence réelle et s'opère par l'intermédiaire des banques, alors que le marché secondaire s'effectue dans le cadre physique d'une bourse de valeurs.
4. Sur le *marché secondaire*, le marché boursier (marché de l'occasion), les opérateurs précèdent à des échanges des titres déjà émis. Les intermédiaires de ce marché sont les sociétés de bourse; les cours sont fixés en fonction de l'offre et de la demande. On distingue opérations au comptant et opérations à terme selon le délai qui peut exister entre la conclusion du contrat et son exécution (livraison de titres contre liquidités). Dans les opérations à terme, la livraison s'opère le jour de la liquidation (à Paris, la sixième bourse avant la dernière du mois).
5. Le marché à terme permet une spéculation, les [haussiers] font des opérations d'achat à terme et les [baissiers] des opérations de vente.
6. Le marché boursier classique comprend le compartiment des *obligations* et le compartiment des *actions* : pour ces dernières, le [règlement mensuel] (qui date de 1983 et supprime la double cotation au comptant et à terme) concerne les entreprises dont les actions peuvent faire l'objet d'opérations à terme.
7. Depuis 1983 a été créé un *second marché* qui accueille les entreprises (PME en général) qui n'ont pas accès à la cote officielle.

În articolul lexicografic de mai sus, de altfel, foarte amplu, găsim, deci, definiția noțiunii de „*marché financier*” ca atare, prezentată într-un spațiu gri cu caractere tipografice grase. Spațiul alb al articolului este afectat textului suplimentar (a se înțelege *informațiilor suplimentare*, numite de Echaudmaison C.-D. „développements complémentaires, développements affinés” [1]), în care sunt menționate particularitățile fenomenului economic desemnat de termenul respectiv. Pentru evidențierea acestor particularități s-au utilizat în mod expres caractere tipografice diferite: cursive (*marché primaire, marché secondaire, actions, obligations, second marché*), minuscule (vezi aliniatele 3 și 6 din articol). În prefața dicționarului [1] Echaudmaison C.-D. notează că, eventual, am putea neglija, la prima lectură, textul cu caractere minuscule, sugerînd, astfel, că această parte a textului nu ar conține informația valoroasă. La părerea noastră, însă, pentru specialiștii străini

⁸⁴ Alineatele au fost numerotate de autorul studiului pentru a înlesni analiza semantizării termenului.

aceste evidențieri tipografice sunt importante, întrucât ele accentuează niște subtilități ce nu pot fi neglijate. Textul suplimentar sau fundalul lexical, detaliază particularitățile fenomenului **Piață financiară**, în general, și trăsăturile proprii **Pieței financiare** din Franța, în special.

Astfel, prima referință - **à Paris, la sixième bourse avant la dernière du mois** - are atribuție la *Piața financiară* din Paris și este prezentată în paranteze; a doua - **qui date de 1983 et supprime la double cotation au comptant et à terme** - se referă la „reglarea lunară” care își are începutul din 1983 și suprimă cotarea dublă în numerar și la termen, la fel prezentată în paranteze; a treia - **Depuis 1983 a été crée un second marché qui accueille les entreprises (PME en général) qui n'ont pas accès a la cote officielle** - are atitudine la cea de a doua piață financiară (*second marché*), care acceptă participarea întreprinderilor mici și mijlocii în general, care nu au acces la cota oficială.

Aceste trei referințe la **Piața financiară** franceză constituie PSNN, ce vizează concretizarea contextului socioeconomic, și mai larg - sociocultural francez, în care **Piața financiară** funcționează.

După cum vedem, lexicografii francezi conștientizează necesitatea evidențierii și delimitării noțiunii ca atare de fundalul lexical (développements complémentaires, développements affines), recurgând la diferite mijloace tipografice (colorarea spațiului destinat noțiunii, mărirea caracterelor, paranteze etc.).

În acest context am putea cita și alte exemple: **Compatibilité Nationale, Politique de Revenus, Statistiques, Stratification Sociale, Sindicalisme Ouvrier** etc., toate având un fundal lexical mai mult sau mai puțin diferit de cel al termenilor românești utilizați în Moldova. Este evident, că dacă articolul lexicografic ar include numai definiția noțiunii, utilizatorul nu ar putea să-și formeze o imagine completă despre fenomenele în cauză din Franța și Moldova.

Pentru comparație ne vom opri asupra **Dicționarului de economie** [2], elaborat și editat în Moldova. În dicționarul explicativ respectiv semantizarea termenilor se face fără a delimita grafic noțiunea lexicală (PSN) de fundalul lexical (PSNN), ceea ce vorbește despre o abordare lejeră a semantizării termenilor. Totodată, nu putem să trecem cu vederea prezența în descrierea termenilor a unui fundal lexical semnificativ din punct de vedere informativ, dar în care vom găsi foarte rar referințe la realitățile socioeconomice din Moldova. Or, tocmai aceste referințe ar fi fost utile atât pentru specialiștii locali, cât și pentru cei străini interesați de contextul în care funcționează termenul respectiv. Pentru exemplificarea celor spuse, vom prezenta semantizarea termenului **ACCEPT**.

ACCEPT - consimțământul scris de pe o poliță prin care o persoană (tras), desemnată de emitentul poliței (trăgător), se obligă să plătească beneficiarului la scadență o sumă din poliță. În Republica Moldova A. este una din formele principale de expediere a mărfurilor și a valorilor materiale, de acordare a serviciilor și de îndeplinire a lucrărilor dintre întreprinderi și organizații economice prin virament. Conform perfectării documentelor, se disting două forme de A.: pozitivă și negativă. La forma pozitivă cererea de plată a furnizorilor se înfăptuiește numai prin acordul nescris al cumpărătorului (clientului). La forma negativă cererea de plată se consideră acceptată, dacă în timpul de funcțiune a A., cumpărătorul (clientul) n-a renunțat la plată.

Prima frază din articolul de mai sus reprezintă definiția noțiunii de „accept”. După care urmează fundalul lexical, în care sintagma *Republica Moldova* ne atenționează asupra faptului că vor urma detalii referitoare la utilizarea documentului respectiv în arealul nostru.

Practic în majoritatea articolelor lexicografice din **Dicționarul economic** [2] vom găsi informații importante referitoare la realitățile socioeconomice ale altor țări, și, foarte puține referințe la cele din Moldova. Presupunem, că în acest mod, autorii acestui dicționar au vrut să faciliteze accesul celor care nu cunosc limbile străine la informația despre funcționarea mecanismelor și fenomenelor economice, desemnate de termenii respectivi, din țările străine într-un context sociocultural diferit.

De exemplu, la semantizarea termenului **ACCIZ**⁸⁵ s-au făcut referințe privind aplicarea acestei forme de impozit în Anglia, SUA, dar nici o referință - la Republica Moldova, ceea ce, considerăm noi, este o lacună serioasă, întrucât ambientul economic moldovenesc este diferit de cel al altor țări. La o eventuală reeditare a acestui dicționar ar fi binevenit să se revină, unde este cazul, asupra aspectului sociocultural (socioeconomic) al termenilor.

În ceea ce privește dicționarele bilingve, situația este deosebită. Reieșind din scopul pe care îl au, în marea lor majoritate, dicționarele se limitează la simpla prezentare a echivalentului din limba țintă. Dar, pentru un specialist în devenire, cât și pentru cei care nu cunosc realitățile țării străine, ar fi util de adăugat la traducere și o semantizare, din care s-ar putea, totuși, desprinde informația despre realitățile socioculturale, socioeconomice. În acest sens, am putea numi **Vocabulaire économique et financier** [3], versiune românească, care, pe lângă traducerea ca atare în limbile română, engleză, germană, spaniolă include și o semantizare (prezentată în dicționarul [3] în română) a termenului în limba de origine, înlesnind, în acest mod, accesul la realitățile socioeconomice franceze. Iată, deci, cum este tradus și semantizat termenul **CERTIFICAT DE DEPOT NEGOCIABLE** (*Certificat de depozit negociabil*): *engl. Negotiable deposit bond* **germ. Verkaufbar Depoziten zertifikat* **sp. Certificado de depositos negociables*

Titlu care reprezintă un depozit remunerat în cadrul unei instituții de credit.

Categorie de titluri apărută în Franța în martie, 1985, certificatul de depozit negociabil materializează un depozit pe o durată de 10 zile până la 7 ani a unei sume de minimum un milion de franci, făcut la o institutie de credit... Depozitul este remunerabil, întrucât banca are certitudinea că va putea dispune de fondurile respective pe durata fixată inițial (scadență fixă). În comparație cu depozitul pe termen simplu, recurgerea la certificatul de depozit prezintă, pentru agentul plasator al lichidităților, avantajul de a-și putea recupera fără penalități fondurile înaintate de scadența fixată.

Textul în cursiv reprezintă definiția termenului sau părțile semantice noționale. Cealaltă parte a articolului, scrisă în caractere tipografice obișnuite, constituie părțile semantice nenotionale sau fundalul lexical, care aduc informația suplimentară despre istoria, contextul și condițiile de utilizare a **Certificatului de Depozit Negociabil** în Franța. Această delimitare grafică este cu atât mai importantă, cu cât termenul respectiv ar putea fi utilizat și în alte țări în alte contexte socioeconomice. Evident, că fundalul lexical al termenului francez ar fi diferit de fundalul lexical al aceluiași termen întrebuințat în alte țări.

O altă sursă lexicografică, unică în felul său și utilă pentru instruirea economică, este **Dicționarul economic explicativ român-francez** [4], ediție relativ recentă, „în care optica modernă o înfățișează pe cea tradițională” (vezi **Cuvânt înainte** la dicționarul [4]). La o prima abordare se pare că acest dicționar este soluția de mult căutată. Aici găsim traducerea și semantizarea paralelă a termenilor în română și franceză. Spre regret, însă, lipsesc detaliile

⁸⁵ Din economie de spațiu facem trimiterea la sursa lexicografică [2].

referitoare la contextul sociocultural, socioeconomic de funcționare a termenilor respectivi în România și în Franța. Pentru confirmare prezentăm termenul **CONTABILITATE**:

Contabilitate - *ec. gen.* - Tehnică de măsurare care constată, înregistrează și păstrează în evidență activitatea unui agent economic, privat sau public sau chiar a statului. Ea este destinată servirii drept instrument de informare a agentului însuși sau chiar a publicului, în vederea răspunderii față de obligația legală și fiscală, fie analiza gestiunii și a previzionării. De asemenea, contabilitatea desemnează ansamblul de jurnale și documente contabile ale unei întreprinderi sau ale unei persoane particulare. Se disting trei mari categorii de **contabilitate**: publică, privată și națională.

Comptabilité - *éc. gen.* - Technique de mesure qui constate, enregistre et mémorise l'activité d'un agent économique, privé ou public, ou de la Nation. Elle est destinée à servir d'instrument d'information à l'agent lui-même, ou au public, en vue soit de répondre à l'obligation légale et fiscale, soit de l'analyse de la gestion et de la prévision. La comptabilité désigne aussi l'ensemble de livres et documents comptables d'une entreprise ou d'un particulier. On distingue trois grandes catégories de comptabilité: privée, publique et nationale.

Din semantizările termenilor, observăm că în variantele românească și franceză sunt menționate 3 categorii de contabilitate: publică, privată și națională. Or, în continuare sunt semantizate, în articole separate, doar primele două categorii, iar ultima - **Contabilitate națională** - nu este semantizată, deși se știe foarte bine că **Contabilitatea națională** - **Comptabilité nationale** este în exclusivitate o realitate economică tipică pentru Franța⁸⁶. De aceea, din perspectiva teoriei lingvosocioculturale, considerăm că simpla traducere a articolelor, fără specificarea particularităților de utilizare și funcționare a termenilor, ce denotă un fenomen economic, dintr-o țară și din alta, nu aduce nimic nou. Dacă în acest dicționar s-ar regăsi paralele realitățile socioeconomice românești și franceze, am spune că dicționarul respectiv este un dicționar găselniță.

Se cunoaște că, din punct de vedere noțional, termenii sunt echivalenți, fundalurile lor lexicale, însă, pot să difere: cuvintele (termenii) aparțin diferitelor limbi și, respectiv, diferitelor popoare cu diferite culturi. Când cel care utilizează limba străină identifică în conștiința sa cuvântul din limba maternă cu cel străin, are loc și identificarea fundalurilor lexicale. În rezultat, apare acea interferență specifică, numită interferență lingvosocioculturală.

Analiza minuțioasă a dicționarelor terminologice ne-a condus la concluzia, că actualele dicționare de echivalențe și explicative de termeni economici bilingve nu satisfac exigențele utilizatorilor, întrucât fundalurile lexicale sau părțile semantice nenotionale (PSNN) ale termenului semantizat, nu reflectă sau reflectă parțial aspectul sociocultural, în special, cel socioeconomic ale acestuia. De aceea, considerăm că este necesar de a elabora dicționare bilingve polifuncționale, eventual multilingve, care să îmbine traducerea cu semantizarea termenului în ambele sau mai multe limbi. În cadrul semantizării accentul se va pune pe particularitățile de funcționare a termenilor economici în contextul sociocultural specific țărilor ale căror limbi se studiază. În acest

⁸⁶ În dicționarul [3] definiția lexicografică a termenului *Comptabilité nationale* abundă în informații suplimentare referitoare la istoria și aplicabilitatea acestui fenomen (un text de tocmai 12 rînduri).

mod, s-ar putea mai lesne de comparat realitățile socioeconomice din țările respective și, în consecință, s-ar evita interferența lingvo-socioculturală, iar comunicarea ar deveni, evident, mai eficientă.

Bibliografie:

1. BERNARD, Y., COLLI, J.-C. *Vocabulaire économique et financier* (versiunea românească). București, 1994, 479 p. ISBN 973-28-0450-5.
2. BLANOVSKI, A. et al. *Dictionar de economie*. Chișinău, 1996, 234 p. ISBN 9975-63-000-6.
3. ECHAUDMASOIN, C.-D. *Dictionnaire d'économie et de sciences sociales*. Paris, 1996, 479 p. ISBN- 2-09-181020-2.
4. GREIMAS, A.-J. *Sémantique structurale*. Paris, 1996, 262 p.
5. PREDESCU, E. *Dicționar economic explicativ român-francez*. Pitești, 2005, 558 p. ISBN 973-697-336-0.
6. ВЕРЕЩАГИН, Е. М., КОСТОМАРОВ, В.Г. *Лингвострановедческая теория слова*. - Москва, 1990, 320 p.

REFLECȚII PRIVITOR LA DICȚIONARELE BILINGVE DE AFACERI

*Mațcan Rodica, dr., conf. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

Dans cette étude, l'auteur se réfère à des dictionnaires bilingues et de dictionnaires bilingues des affaires en particulier, aux lacunes et aux points faibles des dictionnaires bilingues existantes, peu nombreux. Parmi les principes fondamentaux de la constitution du Dictionnaire roumain - français des affaires est à noter que c'est un dictionnaire terminologique. Une attention particulière est accordée aux possibilités combinatoires des axes paradigmatiques et syntagmatiques, ainsi qu'aux dérivées.

Mots clés: *dictionnaires, dictionnaires bilingues, dictionnaires bilingues terminologiques.*

Conform Dicționarului Explicativ al Limbii Române, „DICȚIONĂR, *dicționare*, s. n., este o operă lexicografică, cuprinzând cuvintele unei limbi, ale unui dialect, ale unui domeniu de activitate, ale unui scriitor etc., organizate într-o anumită ordine (de obicei alfabetică) și explicate în aceeași limbă sau traduse într-o limbă străină. Din fr. dictionnaire, lat. Dictionarium” [2, p. 301].

Dicționarele prezintă, în general, definiții (dicționarul explicativ), indicații asupra originii lor, antonime, sinonime și alte informații de ordin lingvistic (dicționarul etimologic, dicționarul de antonime, dicționarul de sinonime, dicționarul ortografic, dicționarul de regionalisme), un set de informații din multiple domenii ale științei și culturii (dicționarul enciclopedic sau lexicon), informații dintr-un singur domeniu (dicționarul istoric, dicționarul geografic, dicționarul de literatură, dicționarul de medicină) sau traduceri în una sau mai multe limbi (dicționarul bilingv, dicționarul multilingv). Ele se găsesc cel mai adesea sub formă de carte (tipărită), dar unele dicționare mai noi sunt și sub formă electronică, accesibile de pe computer pe baza instalării unui soft, sau dicționare online, accesibile prin internet.

Cele mai vechi dicționare cunoscute sunt tăblițele cu scriere cuneiformă de pe teritoriul Imperiului Akkadian, descoperite la Ebla (Siria modernă) și datează din jurul anului 2300 î.Hr. Glosarul Urra=hubullu, care datează de la începutul mileniului al II-lea î.Hr., este versiunea canonică babiloniană a acestor vocabulare sumeriene bilingve.

Cele mai vechi dicționare moderne europene au fost cele bilingve.

Primele dicționare românești, manuscrise, au fost glosare bilingve (slavo-române), dintre care cele mai vechi datează din sec. al XVI-lea. Cea dintâi lucrare lexicografică bilingvă cu limba de bază românească datează din jurul anului 1700 și este un dicționar român-latin. Primul dicționar tipărit a fost tot bilingv, și anume dicționarul rus-român, alcătuit de Mihail Stribițki (Iași, 1789). *Nouveau dictionnaire roumain-français* al lui Frédéric Damé (1893-1895) este cel dintâi dicționar bilingv apărut în România cu sensurile ilustrate prin citate din autori.

După cum am zis mai sus dicționarele se pot găsi sub formă tipărită sau electronică.

La mare căutare sunt dicționarele electronice, care acoperă o gamă variată de limbi față de dicționarele tipărite care nu conțin decât traduceri dintr-o limbă în alta. Cu dicționarele electronice se pot traduce mult mai repede anumite cuvinte, chiar și enunțuri, însă acestea nu sunt mereu de cea mai bună calitate.

Un **dicționar bilingv** sau **dicționar pentru traduceri** este un dicționar de specialitate folosit pentru a traduce cuvinte sau fraze dintr-o limbă în alta.

Dicționarele bilingve sunt disponibile pentru aproape orice combinație de limbi populare. Ele sunt realizate, de asemenea, între perechi de limbi în care o singură limbă este populară, iar cealaltă este mai puțin cunoscută. Dicționarele bilingve între două limbi mai puțin frecvente sunt mult mai rare.

Trebuie să menționăm că, explozia editorială de dicționare bilingve este determinată de extinderea relațiilor de tot felul cu lumea occidentală.

Dicționarele bilingve terminologice vizează terminologia celor mai diferite domenii științifice. Utilitatea acestor dicționare este indiscutabilă. Ele pot fi explicative sau traduse și au mai curând un caracter informativ.

Lexicografia didactică a realizat în ultimii ani rezultate serioase atât în teorie, cât și în practica întocmirii dicționarelor.

Dacă este vorba de dicționarele didactice, nu putem să nu menționăm că cele mai reușite și mai bine realizate par a fi dicționarele didactice franceze.

În calitate de profesori de franceză de afaceri ne-am lovit de multe ori de lacunele și punctele slabe ale dicționarelor bilingve existente, puține la număr. Aceasta ne-a determinat să formulăm propuneri pentru crearea unui dicționar de afaceri român-francez.

Principalele puncte slabe și lacune în dicționarele existente ar fi:

- Ele dau atenție mai mult lucrurilor, ideilor și conceptelor dar nu cuvintelor și informațiilor non-lingvistice în general.
- Dicționarele neglijează, de obicei, relațiile sintagmatice, paradigmatică și pragmatice.
- Pentru Franceza de afaceri nu există decât dicționare enciclopedice, bi - sau multilingve de traducere.
- În aceste dicționare *de specialitate* partea categoriilor de cuvinte, altele decât substantive, este mică.

Principiile Dicționarului de afaceri român-francez:

Dacă privim dicționarul dat și ca pe unul de învățare, care se adresează, în primul rând, unui public pentru care limba franceză este o limbă străină (studentii învățământului universitar și non-universitar, oameni de afaceri) ar trebui să luăm în considerare o serie de factori legați direct de acest public.

Este important să se ia în considerare contribuțiile de cercetare recente în procesul de achiziție a vocabularului și factorii care facilitează procesul de învățare și memorare a acestui vocabular. Multe publicații au relevat o varietate de factori determinanți: importanța unui context semnificativ, a unui context semantic pregnant, care ar permite studentului să deducă sensul și să facă legătură între lexemul în cauză, propria sa experiență și cunoștințele sale despre lume, utilitatea unei învățări sistematice a vocabularului, importanța de a oferi studenților materiale semnificative, importanța unei ancorări cognitive, a strategiilor adecvate etc.

Un alt factor important este organizarea vocabularului pentru a facilita memorarea. Într-adevăr, vocabularul nu este un „sac de cuvinte”, ci un ansamblu structurat, chiar dacă acesta este un „edificiu complex, cu mai multe etaje și cu o mulțime de spații goale pe etaje diferite” (1, p. 34).

E de reținut că, ținând cont de aceste observații, materialele sunt prezentate în primul rând pentru a facilita învățarea francezei de afaceri și nu pentru a satisface regulile rigide ale unor teorii lingvistice.

În toate timpurile dicționarele bilingve au fost văzute ca instrumente esențiale, cu siguranță, dar nu cu mult mai demne de o reflecție metodologică decât o șurubelniță sau un tirbușon. Este adevărat că dicționarul, fie el bilingv sau monolingv, este calificat în mod regulat drept un „instrument”, adică un obiect ce permite de a executa o muncă. În biblioteci, el este clasificat de obicei în categoria „uzual”, acest termen spunând multe despre banalitatea dicționarului: uzual înseamnă „care este utilizat de obicei, care este de uzanță curentă”.

Dicționarul face parte din domeniul lucrurilor "practice", destinat pentru a furniza rapid informații. Numeroase studii, care i-au fost dedicate, au demonstrat amplu că dincolo de a fi un „instrument”, dicționarul este o reflecție a culturii unei țări: în spatele unui dicționar, de fapt, există o limbă, o comunitate lingvistică, o civilizație. Dicționarele bilingve și multilingve prezintă un interes și mai mare, dat fiind faptul, că ele îmbrățișează cel puțin două culturi.

Printre principiile de bază ale constituirii Dicționarului român-francez de afaceri remarcăm, în primul rând, că acesta este un dicționar terminologic. O atenție deosebită este acordată posibilităților combinatorii ale axelor paradigmatică și sintagmatică, precum și derivatelor.

Deoarece materialele prezentate nu sunt limitate la cuvinte izolate, Dicționarul în cauză prezintă o utilitate sigură în procesul de înțelegere a textelor în care dificultatea constă tocmai în combinatorica deosebită a cuvintelor.

Personal, îmi place să consult un dicționar, fără a fi nevoie să citesc instrucțiunile de utilizare. Întâlnesc un cuvânt pe care vreau să-l înțeleg mai bine, vreau să-l traduc sau vreau să verific existența lui și consult dicționarele mele. Cred că studenții noștri se încadrează în această logică. Ei au puțin timp pentru a pregăti textele pe care le dăm și, prin urmare, doresc un răspuns imediat.

Odată cu Dicționarul român-francez de afaceri studenții vor primi un instrument valoros pentru producerea unor bune texte scrise cu conținut economic (eseuri, memorii).

Situațiile de comunicare reală se produc, de asemenea, și înainte de toate, când trebuie să scrii rapoarte de afaceri, rapoarte de întâlniri sau ședințe, scrisori, e-mailuri, atunci când trebuie să telefonezi cuiva, să participi la o întâlnire sau la o videoconferință, să negociezi contracte sau beneficii, să faci prezentări. Aceasta ține, de asemenea, de producere.

Dicționarul de afaceri român-francez, pe care îl redactăm în momentul de față, va ilustra (estimativ) o „zestre lingvistică” de aproximativ 3000 de cuvinte și expresii - selectate din jargonul unor domenii cum ar fi asigurări, bursă și operațiuni bursiere, finanțe-bănci, management, marketing, pe baza consultării riguroase a unei literaturi specifice de referință și, mai cu seamă, de actualitate. Volumul va putea fi un important auxiliar în activitatea de documentare a specialiștilor autohtoni în domeniu și un instrument de lucru util și practic (într-o tradiție generică a utilității oricărui dicționar), aducând un plus de cunoaștere și înțelegere pertinentă a problematicii caracteristice vieții de afaceri și se adresează profesorilor și studenților de la facultățile cu profil economic și filologic, traducătorilor și interpreților, oamenilor de afaceri, publicului larg, dornic să-și perfecționeze cunoștințele de limbă franceză.

Bibliografie:

1. COSERIU, E. Vers une typologie des champs lexicaux. *Cahiers de lexicologie*. 1975, nr. 27., p. 31 - 51.
2. DICȚIONARUL EXPLICATIV AL LIMBII ROMÂNE. Ed. a II-a. București : Univers Enciclopedic, 1998, 1192 p.

PRINCIPII DE EFICIENTIZARE A COMUNICĂRII STUDENȚILOR ECONOMIȘTI

Guțu Svetlana, dr. în ped., lect. sup.,

Guțu Alexandrin, masterand,

Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Toute action éducative doit se baser sur certains principes. La communication didactique des étudiants économistes se base sur des principes spécifiques. L'établissement et la présentation de ceux-ci constitue le sujet de préoccupation scientifique dans cet article.

Mots clés: *principes / principes éducatifs / principes de la communication didactique; communication/ communication didactique, culture / culture de la communication; étudiant économiste.*

Pedagogia orientată spre studiul educației în context social apare ca o reacție împotriva tendinței individualiste, psihologice, afirmată la începutul sec. al XX-lea: „Omul, constată Șt. Bârsănescu, devine om numai prin comunicarea umană” [1, p.135-136]. Eficientizarea comunicării tinerilor economiști este un proces care se axează pe principii psihopedagogice și cultural-axiologice de mare importanță pentru edificarea comportamentului lor verbal.

Lumea modernă se conduce de un nou concept educațional, care „este axat, ca niciodată, pe ființa celui educat – a copilului, elevului, studentului. Azi, ca niciodată, centrul lumii și al educației este omul, în relația sa cu Natura și Cosmosul, cu Divinitatea și cu Sine însuși. Înțelegerea lumii ca unitate și a omului ca entitate integralizată în lume reprezintă principiul fundamental al educației moderne” [2, p.3].

Corelată cu performanțele obținute în ultimii ani în reformarea conceptuală, teoretică, curriculară, de formare continuă și managerială a învățământului, valoarea acordată de către populație învățământului, alături de matriarhatul manifestat de către cea mai bună parte a intelectualității, inspiră încredere că realizările de azi din educație și învățământ vor avea un impact pozitiv asupra tuturor sferelor vieții publice din Moldova, afirmă Vl. Pâslaru [3, p.11].

„Personalitatea, remarcă C. Narly, își va găsi în profesie, și anume în profesia-vocație, concretizarea.” Prin profesie societatea își atinge maximum de promovare, principiul social își găsește maximum de realizare. Dar tot prin profesie fiecare individ în parte își află maximum de afirmare de sine, maximum de înfăptuire a originalității sale specifice” [4, p.237].

Reprezentant al pedagogiei personalității, C. Narly subsumează cele mai puternice elemente de pedagogie umanistă în definiția personalității: „Omul trebuie educat pentru umanitate, aceasta este cea mai înaltă cerință etică, pe care conștiința morală o reclamă individului și această cerință este cuprinsă în imperativul personalității”, și: „Omul, creator și purtător al specificului uman, este valoarea supremă... În om se adăpostește cea mai înaltă valoare pe care omul o poate cunoaște” [Ibid., p.36].

„Cultura, lumea simbolică este orizontul de existență al ființei umane”, arată L. Antonesei. Astfel, L. Blaga definea și el omul ca fiind o ființă culturală: „Cultura este semnul vizibil, expresia, figura, trupul acestei variante existențiale. Cultura ține mai strâns de definiția omului decât conformația sa fizică sau, cel puțin, tot atât de strâns” [Apud.5, p.20].

L. Antonesei definește termenul *cultură* în sens larg, „drept ansamblul produselor activității umane, al valorilor și al modalităților de comportare obiectivate de anumite comunități, transmise altor comunități și generațiilor următoare” [Ibid., p.24].

Dacă educația trebuie să fie situată în centrul schimbărilor, universitatea trebuie să fie miezul acestui centru, remarcă L. Antonesei. Mai întâi, pentru că instituția universitară are o indiscutabilă funcție de conservare a patrimoniului cultural al oricărei comunități. Apoi, pentru că este unul dintre cele mai importante mijloace de difuzare a valorilor științifice și culturale. În sfârșit, pentru că alături de aceste funcții privind reproducția simplă a capitalului cultural, universitatea este – sau ar trebui să fie – unul din cele mai importante locuri ale producției culturale, deci, de reproducție lărgită a capitalului cultural [Ibid., p.5].

În centrul culturii stau valorile, deci educația, ca proces de transmitere a culturii, trebuie să fie centrată pe valori. Or, aceste valori sunt chiar cele reunite în *idealul educativ*; pentru pedagogia culturală valorile centrale sunt adevărul, binele, frumosul și sentimentul divinului, cărora li se adaugă și aspirația creștină spre sfințenie [Ibid., p.40]. Subtilitatea modernității a constat în aceea, că, introducând schimbarea, noutatea nu a provocat o ruptură totală cu lumea pre-modernă, ci a păstrat un fir al continuității valorice: „În chestiunea idealului educativ, de pildă, a păstrat cele patru valori ale umanismului clasic greco-creștin: *Adevărul, Binele, Frumosul și Sentimentul Sacrului*, însă a descoperit și așa-numitele valori sociale, respectiv, *Libertatea, Egalitatea și Fraternitatea*, prin tumultuoasa Revoluție Franceză, *Legalitatea* prin revoluțiile din Anglia lui Cromwell și America „Părinților Fondatori”, autorii *Declarației de independență* și ai celebrei, pe bună dreptate, *Constituții*” [Ibid., p.51], conferind, după cum remarcă și Vl. Pâslaru, „noi semnificații relației individ - societate, recunoașterea primatului și intereselor individului în viața socială” [6, p.4].

Același autor subliniază, că „pedagogia se înscrie în axiologia culturii datorită faptului că ea constituie acel domeniu de activitate umană care este prin esență un domeniu de creare a valorilor umane.

Iar C. Cucuș susține că „varietatea tipurilor de valori este dată de multitudinea actelor de manifestare a teleologiei umane” [7, p. 51], distingând patru clase de valori:

- valori relative, caracteristice unei ființe finite și valori absolute, legate de ființa infinită – Dumnezeu sau anumite capacități aspiraționale nelimitate ale omului;
- valori utilitare sau uzuale, care se pot ipostazia la nivelul unor domenii distincte (religioase, artistice etc.), acestea sunt, în același timp, individualizări ale unor valori superioare;
- valori uzuale relative, în funcție de sisteme teleologice particulare precum: valori de întrebuițare, valori de schimb, valori de informare, valori-sentiment, valori utilitare etc.;
- mediatori sau purtători de valori, care în grade diferite se pot autonomiza de valorile-idei [Ibid.].

Referindu-se la relația dintre idealul și scopul educației, autorul afirmă că „idealul educativ este o instanță valorică din care emerg norme, principii, strategii, scopuri și obiective educaționale determinate, care direcționează procesul de formare a tinerei generații” [Ibid., p. 76].

În R. Moldova reforma învățământului pedagogic universitar s-a declanșat cu provocări puternice dinspre social și etnocultural, aceste domenii fiind mai sensibile la mutațiile de conștiință ce prefigurează dimensiunea umanului ca esență existențială, dar și ca proiectare pentru o perspectivă râvnită. „Nu s-a produs însă și o schimbare de paradigmă a învățământului universitar care să afecteze esențial vechiul concept de formare a specialiștilor pentru economie, cultură, învățământ etc., și să readucă în aule și săli de cursuri conceptul libertății în educație, responsabil

de făurirea unei societăți democratice, în care absolventul facultății să construiască și să se formeze, să fie sensibil la schimbările din alteritate, dar și să producă schimbările sugerate de practica socială și libertatea spiritului uman [8, p. 5].

Sensul acestor schimbări așteptate este dat de scopul formării profesionale în universitate, care este definit de autori drept „cultivare a personalității” și care „instalează temeinic în centrul preocupărilor oricărui curs predat figura studentului, nu materiile predate. Plasarea accentului de pe materie pe ființa celui care studiază este cerută și de scopul general al educației în învățământul preuniversitar (proiectat de noile documente curriculare), și de conceptul învățământului formativ” [Ibid, p.33].

Cum urmează să fie atins acest scop? Aceiași autori subliniază că „cunoaștere fără comunicare nu există, iar comunicarea în domeniul cunoașterii este reglementată de științele educației” [Ibid., p.9]. Prin urmare, dezvoltarea CCE studenților economiști se înscrie atât în conceptul educațional modern, cât și în cel al reformării învățământului profesional, concept care este reprezentat, întâi de toate, de un sistem de *principii* culturologice, lingvistice și educaționale, aferente comunicării interumane, în baza cărora pot fi atinse obiectivele educaționale ale cercetării noastre:

- *principiul axiologiei educației* se referă la cultivarea consecventă a unui sistem de valori teoretice și practice, care să constituie referențialul personalității umane în cultivarea sa permanentă;

- *principiul globalismului și socializării*: individul trebuie să se orienteze spre totalizarea cunoașterii și să fie supus unei formări în perspectiva inserției lui în structurile sociale; demersul didactic desfășurat ne-a permis pregătirea subiecților din grupele-pilot în vederea percepției fenomenului lingvistic în ansamblu, în totalitatea schimbărilor ce intervin impetuos în societate și, respectiv, în limbă;

- *principiul civilizării și orientării învățământului spre finalitățile culturale*: educația are menirea de a-l introduce pe om în cultură, prin cunoașterea, încorporarea, și crearea valorilor sedimentate la un moment dat. Introducerea în cultură prin limbă este o condiție unanim recunoscută și acceptată. O limbă primenită/înnoită „ține pulsul vieții culturale”, creează posibilitatea educaților de a pătrunde în contextul cultural și economic european și universal, în care unitatea indisolubilă dintre limbă și cultură nu sunt puse la îndoială. Dacă tindem să mergem pe calea progresului economic, social, politic, cultural, trebuie să milităm pentru mijloace de exprimare adecvate, pentru o limbă care să corespundă epocii în care trăim;

- *principiul exemplului* are la bază premisa epistemologică a exprimării generalului prin raportul dintre individ și specie; exemplul continuă să rămână clasic și de neînlocuit în ierarhia metodologică a învățării și cultivării exprimării; calitatea exemplului în vorbire influențează și direcționează demersul educațional, iar profesorul constituie reperul cheie prin referința la un exemplu elocvent de comunicare;

- *principiul utilității*: modelul educativ-didactic conceput și implementat în mod experimental vizează aspectele care interesează vorbitorul, viitor specialist în domeniul economic, din perspectivă praxiologică;

- *principiul schimbărilor permanente* vizează inovațiile ce parvin pe diferite căi în domeniile vieții, inclusiv în cel economic și reclamă necesitatea adaptării individului la aceste modificări, asimilarea noilor termeni conform noilor realități și, respectiv, utilizarea curentă a acestora.

Principiile de metodologie a formării culturii comunicării, care au ghidat demersul nostru includ principiile pedagogice consacrate, precum:

- principiul integrării organice a teoriei cu practica;
- principiul accesibilizării cunoștințelor, priceperilor și deprinderilor;
- principiul sistematizării și continuității în învățare;
- principiul însușirii conștiente și active;
- principiul însușirii temeinice a cunoștințelor și abilităților;
- principiul centrării pe student și pe formarea competențelor sale generale și de specialitate.

Pe parcursul cercetării am abordat teoretic și am aplicat practic, sporindu-le validitatea, următoarele **principii de formare/dezvoltare a CCE** la studenți:

- considerării dimensiunii cultural-economice în dezvoltare: abordării comparate a unor diverse segmente ale culturii universale;
- conexării/corelării valorilor social-culturale și economice;
- autonomizării procesului de studiu și educație a studenților;
- lărgirii participării la viața economică a studenților;
- permeabilității la admisibilitatea de valori posibile;
- valorificării potențialului etic al studenților (curajul de a emite o judecată de valoare) etc.

În concluzie. Formarea CCE studenților economiști trebuie să se întemeieze pe un sistem de principii culturologice, comunicativ-lingvistice, educaționale, printre care diriguitor este *principiul creativității în comunicare*, conform căruia vorbirea este un act creator prin definiție.

Însușirea eficientă a lexicului profesional și general este un act complex, care afectează pozitiv formarea culturii vorbirii, deci trebuie să se întemeieze pe conceptul de educație lingvistică în examinarea/formarea oricărei competențe de comunicare în contextul tuturor relațiilor posibile – fonologice, lexicale, gramaticale, stilistice – ale fenomenului lingvistic-comunicativ abordat, prin antrenarea unor tehnici cu caracter interactiv, interactivitatea fiind forma și principiul cel mai productiv în valorificarea practică a fenomenelor complexe ale vorbirii.

Bibliografie:

1. Bârsănescu, Ș. *Unitatea pedagogiei contemporane ca știință*. București: EDP, 1976, 512 p.
2. Cuilenburg, J.J. van, Scholten, O.G., Noomen, W. *Știința comunicării*. București: Humanitas, 1998, 312 p.
3. Larry, K. *Secretele comunicării*. București: Amaltea, 1999, 160 p.
4. *Limba română – mijloc de integrare socială în Republica Moldova*. Ch.: ARC, 2004, 204 p.
5. Oprea, I. Elemente pentru determinarea trăsăturilor formării, existenței și devenirii limbajelor de specialitate românești. În: *Limbaje și comunicare*, V-IV, Suceava, Ed. Universității Ștefan cel Mare, 1999, pp. 263-269.
6. Patrașcu, D. *Tehnologii educaționale*. Ch.: Tipogr. Centrală, 2005, 704 p.
7. Pâslaru, Vl. (coord.), Papuc L., Negură I. et al. *Construcție și dezvoltare curriculară: Partea I. Cadrul teoretic*. Ch.: ISFEP „Tipografia centrală”, 2005, 176 p.
8. Peretti, A., Legrand, J. A., Bonifaie, J. *Tehnici de comunicare*. Iași: Polirom, 2001, 392 p.

EVALUAREA PREGĂTIRII TEHNICE ÎN JOCURILE SPORTIVE: STUDIU COMPARATIV AL STUDENȚILOR ȘI ABSOLVENȚILOR INSTITUȚIILOR FĂRĂ PROFIL SPORTIV

*Crăciun Grigore, dr., conf. univ.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

During the first year of studies, when the schedule of classes includes and the lesson of physical education, the students tests a positive assessment of all indicators (including technical training). In the II-nd and the III-rd year of studies (in the condition in which physical education is excluded from the schedule) preparation of technical indicators (in particular) are highlighted in a regression. It is evident the need to return the lesson of physical education for students in the II-nd and the III-rd year of studies. Also from former students, already employed for 1-2 years, these indicators are low.

Key words: *technical training, coordination, capacity potential of orientation in space and time, groups, sports sections.*

Unul din scopurile principale ale educației fizice în instituțiile de neprofil este optimizarea indicilor pregătirii fizice a studenților. Este necesar de scos în evidență și importanța aspectului de conștientizare a motivației practicării exercițiului fizic de către studenți.

Fiind angajați în câmpul muncii, studenții de ieri trebuie să-și onoreze obligațiunile de serviciu. Totodată, ei se mai confruntă cu realitatea consumării lor fizice și psihice, care este inevitabilă în procesul de activitate la serviciu. În aceste condiții necesitatea practicării exercițiului fizic este oportună.

Importanța exercițiului fizic este diversă: avansarea potențialului fizic și psihologic, menținerea și îmbunătățirea stării de sănătate, recuperarea funcționalității organismului etc. Conștientizarea motivației practicării exercițiului fizic parvine în prim plan.

Care este impactul condițiilor, în care studentul ajunge odată cu angajarea lui la serviciu, asupra menținerii și dezvoltării motivației de practicare a exercițiului fizic, precum și a posibilităților de a practica exercițiul fizic?

Pentru a oferi un răspuns la această întrebare, am declanșat unele cercetări în această direcție: și anume, am testat foștii studenți care peste un anumit timp, veneau în vizită la universitatea în care au învățat (UCCM). Era evident că la catedra de educație fizică veneau acei studenți care erau foarte activi în cadrul orelor de educație fizică și în secțiile sportive.

Pe parcursul a 3 ani, am testat capacitatea orientării spațiale și reproducerea parametrilor de forță a brațului prin intermediul elementelor tehnice *aruncărilor de pedeapsă în baschet și loviturilor forhand și rever în tenisul de masă*. Au fost testați 23 de foști studenți. De asemenea, în paralel, am testat (aceiași indicatori) și la 20 de studenți ai anului II și III, care nu mai au în orar lecții de educație fizică.

În urma prelucrării rezultatelor s-a constatat: după un an de la amplasarea în câmpul muncii, la foștii studenți, rezultatele s-au regăsit într-o diminuare în proporție de $\approx 50\%$; la studenții anului II – de $\approx 15-17\%$; la cei din anul III - $\approx 38-40\%$.

Spre exemplu: media rezultatului la aruncări de pedeapsă în baschet la studenții anului I era de 8 reușite, ca la anul II să fie într-o descreștere de până la 5, la anul III – până la 4 reușite din 10 încercări.

La tenisul de masă tendința de descreștere a rezultatelor, de asemenea, este evidentă: de la 27 de repetări la anul I, la anul II – 23, la anul III – 15, iar la foștii studenți – 12 reușite, ceea ce privește lovitura forhand. La lovitura rever: de la 16 repetări – anul I la 14 – anul II, ca mai apoi să descrească la 9 repetări la anul III și la 7 repetări la foștii studenți.

Reprezentarea grafică a rezultatelor este ilustrată în Figura 1.

Tabelul 1. Dinamica indicatorilor elementelor tehnice reprezentativi capacității de orientare spațială și reproducerea parametrilor spațiali

Grupele de testați	Indicatorii testați		
	Aruncările de pedeapsă (nr. de reușite)	Lovituri forhand în tenis de masă (numărul de repetări)	Lovituri rever în tenis de masă (numărul de repetări)
Stud. an. II	7	23	14
Stud. an. III	5	15	9
Grupa de foști stud.	4	12	7

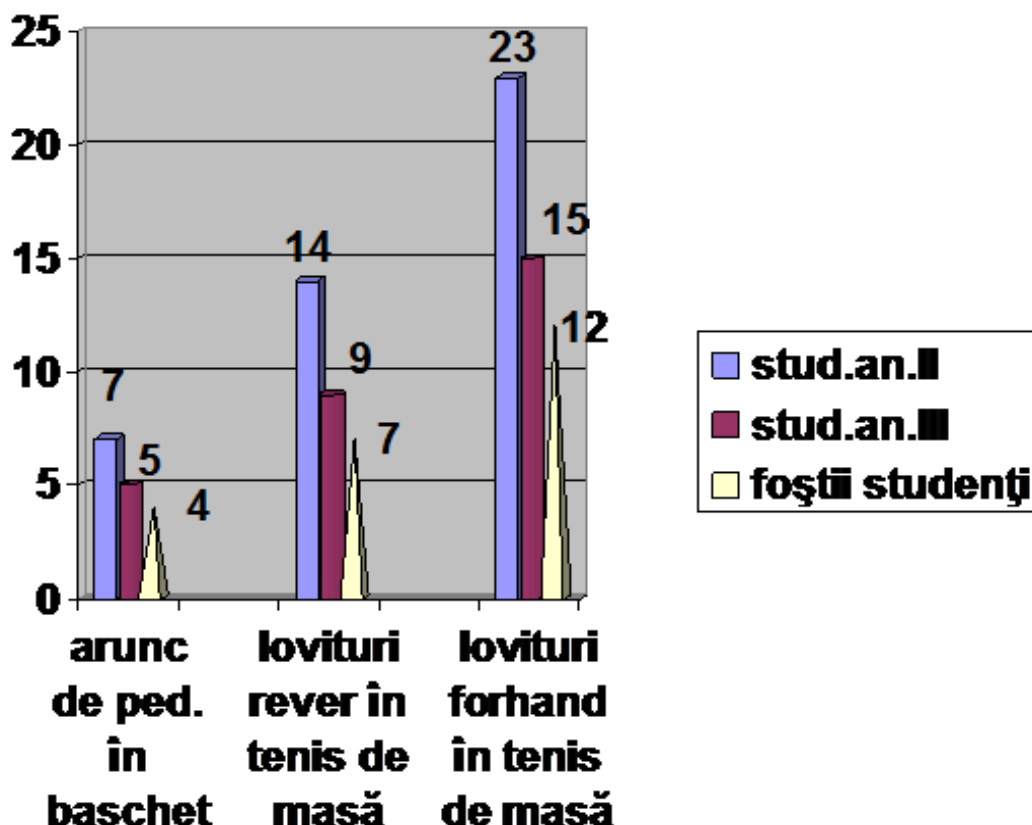


Figura 1. Graficul dinamicii indicatorilor elementelor tehnice reprezentativi capacității de orientare spațială și reproducerea parametrilor spațiali

Este evidentă cauza evaluării pregătirii tehnice a studenților anului I – orarul stabil de lecții de educație fizică!

Și declinul indicatorilor pregătirii tehnice la cei din anul II și III se poate de motivat cu lipsa unui orar stabil de ore de educație fizică. Dacă e să fim mai obiectivi, studenții anului II și III au posibilitate să practice exercițiul fizic în orele extracurriculare (secțiile sportive). Aici, însă observăm o frecvență instabilă din partea acestora. Motivele ar fi cel puțin două: pregătirea temelor la celelalte obiecte și consolidarea insuficientă a motivației de practicare a exercițiului fizic. Dacă primul motiv (pregătirea temelor) ar putea fi o „scuză” pentru studenți, atunci diminuarea motivației de a practica exercițiul fizic, în cea mai mare parte, revine profesorului de educație fizică.

În continuare această diminuare a motivației se aprofundează și mai mult la foștii studenți, care se angajează în câmpul muncii, mai formează și familii, fapt ce le reduce considerabil timpul lor liber.

Ca specialist în domeniu, pot recunoaște subiectivismul profesional în cauza diminuării motivației la studenți. Totodată, trebuie să remarc faptul că lipsa orei de cultură fizică din orar la studenții anului II și III este un eșec al sistemului educațional superior în Republica Moldova.

În scopul consolidării motivației practicării exercițiului fizic de către studenți în perioada de studii la anul II și III, lipsa orei de cultură fizică din orar duce la diminuarea motivației. Această diminuare se lasă resimțită pentru o perioadă destul de mare în viața omului sau poate să contribuie la excluderea practicării exercițiului fizic din viața cotidiană a acestuia, fapt ce duce la neglijarea modului sănătos de viață, care, la rândul său, duce la ridicarea riscului de îmbolnăvire și la micșorarea longevității vieții omului.

Pentru excluderea acestor perspective nefaste, propunerea de a reinclde lecția de cultură fizică în orarul studenților anului II și III este una rațională. În cadrul UCCM această oră ar putea fi pusă pentru toți studenții anului II, spre exemplu, joi perechea a 4-a și pentru cei de la anul III, vineri – perechea a 4-a. Aceste ore ar putea fi desfășurate sub supravegherea profesorului, iar principiul de auto -organizare și auto -desfășurare a orei de cultură fizică, pentru studenți, trebuie să fie în prim plan. Astfel, studenții vor avea posibilitate să-și consolideze motivația de a practica exercițiul fizic, iar universitatea și-ar onora obligațiunea de a crea condiții optime pentru dezvoltarea unei personalități multilateral dezvoltate pentru studenții săi.

Bibliografie:

1. DENISIUC, L. *Metode de apreciere a capacității motrice: Teste, metode, aparate*. Centrul de cercetare științifică și de documentare C.N.E.F.S. Vol. II. București, 1990.
2. GUJA, C. *Caracteristica biofizică a adultului tânăr*. Centrul de Antropologie. București, 1984.
3. MALITA, M. Munca productivă, factor primordial al educației. *Revista de pedagogie*. 1971, nr. 5, p. 19-54.

SISTEMELE DE POLISPAST CA MIJLOC EFICIENT ÎN TURISM

*Crăciun Grigore, lect. sup., dr.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova
Berlinschii Iurii, prof. grad did.I,
Palamarciuc Lilia, prof. grad did.I,
Colegiul Cooperatist din Moldova*

Application of a multi fulcrum system in the sport climbing, alpinism, cave diving, etc. are technical elements which are extremely necessary. It is important for the correct usage of the technical instruments, multifulcrum system and the correct amount of force needed to operate the technical systems in use. Consideration of the optimal force needed of 3 (three) participants in the process of assembly of the rope system ($d=1$ cm), or in the case of lifting a victim of an accident (or lifting all the instruments used) – 4 (four) participants.

Key words: *Multi fulcrum system, Force of traction, Criteria of force of traction, Suspended rope bridge.*

Deținerea tehnicii de ridicare a greutăților cu ajutorul polispastului este primordială: în organizarea și desfășurarea procesului de urcare și coborâre a accidentatului în turismul montan, la montarea corzilor suspendate, în realizarea lucrărilor la înălțime etc. De aceea, alpinistii, salvatorii, inclusiv toți cei care se folosesc de corzi în procesul lor de activitate, trebuie să posede tehnica de utilizare a polispastului.

În literatura de specialitate nu există informații detaliate despre principiul de lucru al sistemului de polispast și nemijlocit a metodelor de aplicarea a acestuia. E posibil de găsit astfel de informații, însă acestea sunt descrise sumar ori complicat.

Chiar și cursurile speciale de salvatori sau instructori de alpinism nu ne pot garanta o învățare temeinică în acest sens. Ele se reduc doar la posibilitatea de a folosi una sau două din metodele de utilizare mecanică a polispastului.

În baza celor menționate susținem necesitatea propunerii acestui articol într-o informare accesibilă și concomitent utilă pentru specialiștii din domeniu.

I. Generalități:

1.1. Polispastul este un dispozitiv de ridicare a greutăților, constituit din rulmenți mobili și fixați (statici), peste care se trag corzi (otgoane, parîme) care permit ridicarea greutăților, aplicînd un efort de cîteva ori mai mic decît greutatea propriu-zisă.

1.2. Oricare polispast garantează minimalizarea efortului pentru ridicarea unei greutăți.

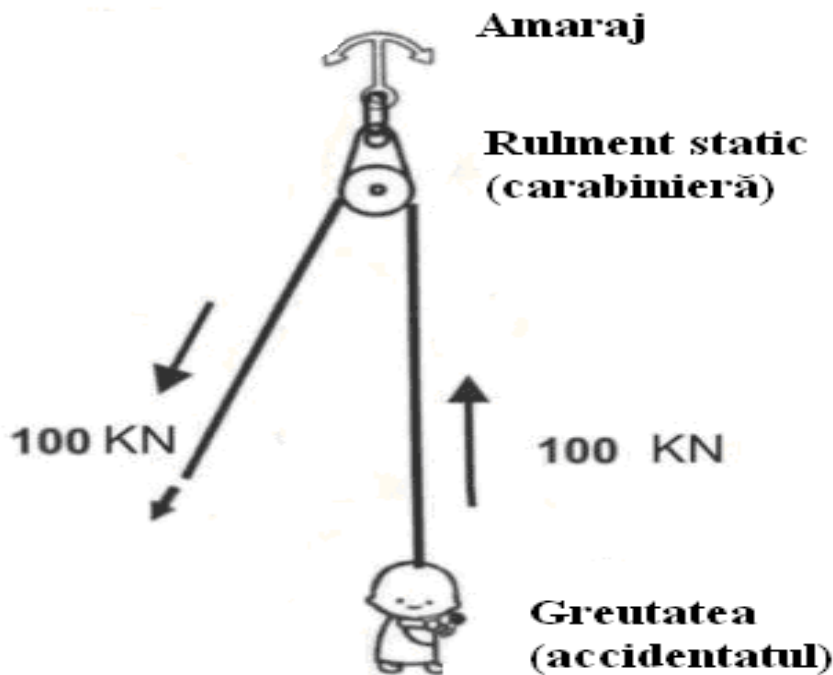
Orice sistem de polispast nu poate fi utilizat fără a evita pierderi de efort din cauza forței de frecare a corzilor, a rulmenților. Sigur că forța de frecare aduce mult mai puține dezavantaje decît avantajul adus de însăși utilizarea sistemului de polispast.

II. Bazele de construire a sistemului de polispast.

2.1. Dacă conexiunea coarda la greutate, apoi o instalăm peste rulmentul fixat în amarajul de sus (rulment static) și tragem în jos, pentru a ridica greutatea este nevoie de o forță egală cu masa greutății. Minimalizarea efortului este exclusă, iar pentru a ridica greutatea cu 1m este nevoie de a trage 1 m de coardă peste rulment.

Aceasta ar fi opțiunea nr. 1 de construcție a sistemului de polispast.

Fig.1 Sistemă simplă de polispast cu coeficientul de minimalizare a efortului egal cu 0



2.2. Coarda este conexionată în amarajul de sus, apoi o instalăm peste rulmentul conexionat la greutate, accidentat. Utilizarea acestei scheme de polispast permite o minimalizare de efort de 2:1. Rulmentul se ridică concomitent cu greutatea, iar pentru a ridica această greutate cu 1m în sus este nevoie de a trage 2 m de coardă. Acesta este cel mai simplu sistem eficient de polispast – 2:1.

Fig.2 Sistemă simplă de polispast 2:1

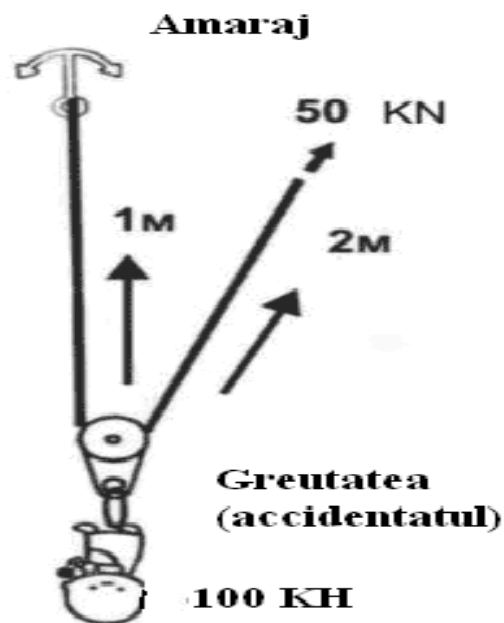


Figura 1 și 2 ilustrează următoarele principii de bază ale polispastului:

1. Minimalizarea efortului este garantată de utilizarea doar a rulmenților mobili (conexionați direct la greutate, accidentat sau de coarda conexionată la greutate sau accidentat).

2. Utilizarea rulmenților statici (fixați de amarajul de sus) nu asigură minimalizarea efortului, ci doar schimbarea direcției de tragere a corzii.

3. Minimalizarea efortului este direct proporțională cu mărirea distanței de coardă trasă. De exemplu: în Figura 2 - pentru a ridica greutatea cu 1 m în sus este nevoie de a trage 2 m de coardă, iar în Figura 6 - pentru a ridica greutatea cu 1 m în sus este nevoie de a trage 6 m de coardă.

Trebuie de menționat că utilizarea sistemelor de polispast de o eficiență mare (6:1) reduce efortul, dar și presupune majorarea lungimii de coardă care trebuie de tras (pentru a ridica greutatea cu 1m în sus este nevoie de a trage 6 m de coardă). Această subtilitate trebuie luată în considerație la alcătuirea tacticii de echipă în turismul sportiv, unde, în prim plan, se atestă și problema deficitului de timp.

2.3. Incluzînd în sistemele de polispast mai mulți rulmenți (statici – în amaraje și dinamici – la greutate sau accidentat), construim sisteme simple, dar cu necesitate de efort diferențiat:

Exemple de sisteme simple de polispast putem vizualiza în Figura 3 și 4:

Fig. 3 Sisteme simple de polispast

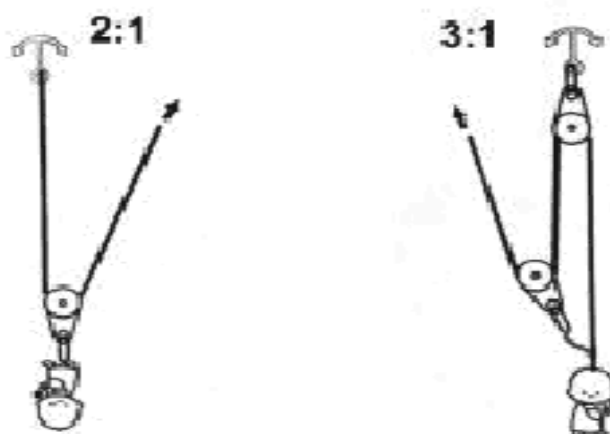
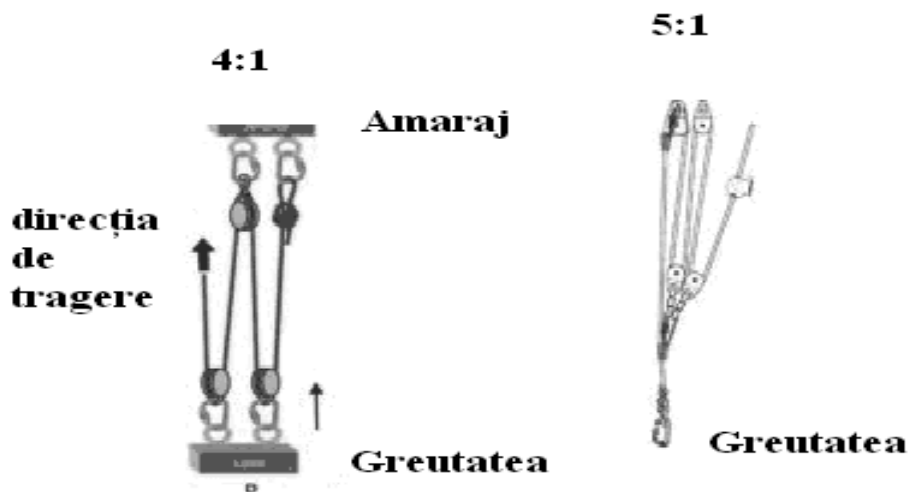


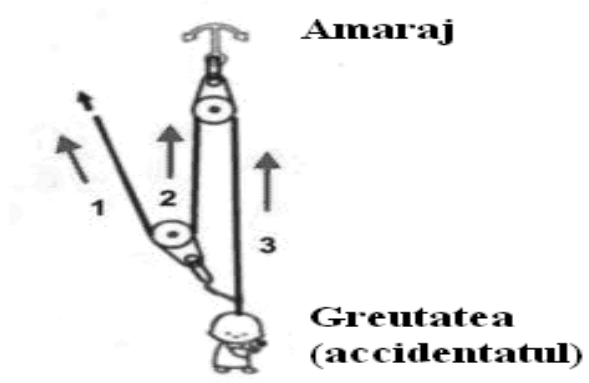
Fig. 4 Sisteme simple de polispast



2.4. Principiul de minimalizare a efortului în procesul de utilizare a sistemelor simple de polispast este ilustrat în Figura 3 și 4.

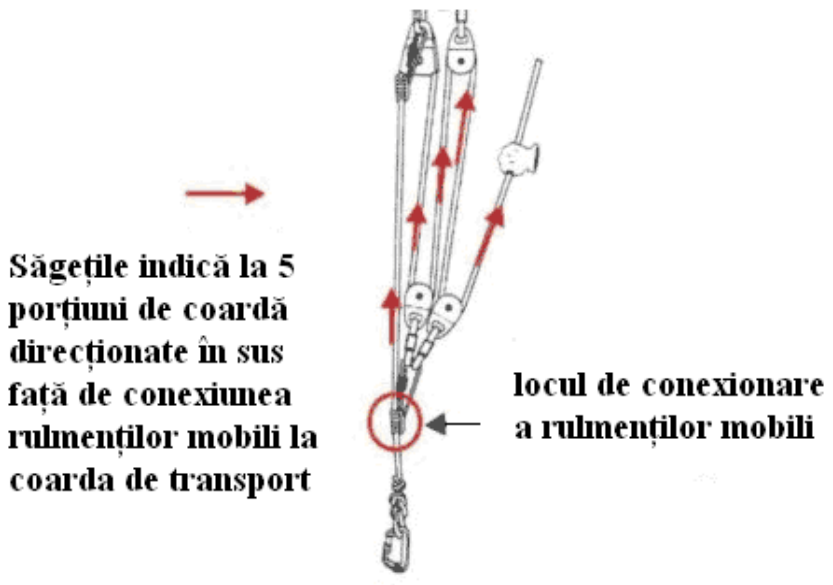
2.4.1. Coeficientul de minimalizare a efortului a unui sistem de polispast poate fi apreciat după numărul de porțiuni de coardă care sunt direcționate în sus, de la greutate sau accidentat.

Fig. 5 Coeficientul de minimalizare a efortului în sistema simplă de polispast 3:1



Săgețile 1, 2, 3 - porțiunile de coardă direcționate în sus față de greutate (accidentat)

Fig. 6 Coeficientul de minimalizare a efortului în sistema simplă de polispast 5:1



2.4.2. Care ar fi coeficientul de minimalizare a efortului la utilizarea sistemelor simple de polispast?

Acest calcul al coeficientului reiese din numărul de rulmenți dinamici (conexionați la greutate sau la accidentat). Fiecare rulment suplimentar mărește coeficientul de minimalizare. De exemplu: în sistemul de polispast cu coeficientul de 2:1 s-a mai conexionat încă un rulment mobil – obținem un coeficient de minimalizare a efortului de 4:1. Apoi încă unul – coeficientul va fi de 6:1 etc.

2.5 Sistemele simple de polispast mai pot fi clasificate ca pare și impare, în dependență de locul conexiunii cârții de bază: în amarajul de sus sau la greutate (accidentat).

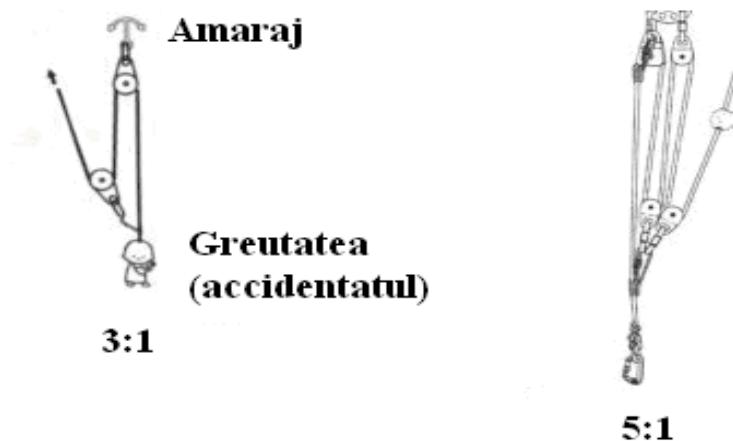
2.5.1. Dacă conexiunea corzii este în amarajul de sus, toate sistemele de polispast sunt considerate pare: 2:1, 4:1, 6:1 etc.

Fig. 7 Sisteme simple pare de polispast



2.5.2. Dacă conexiunea corzii este la greutate sau la accidentat se utilizează sisteme simple de polispast: 3:1, 5:1 etc.

Fig. 8 Sisteme simple impare de polispast

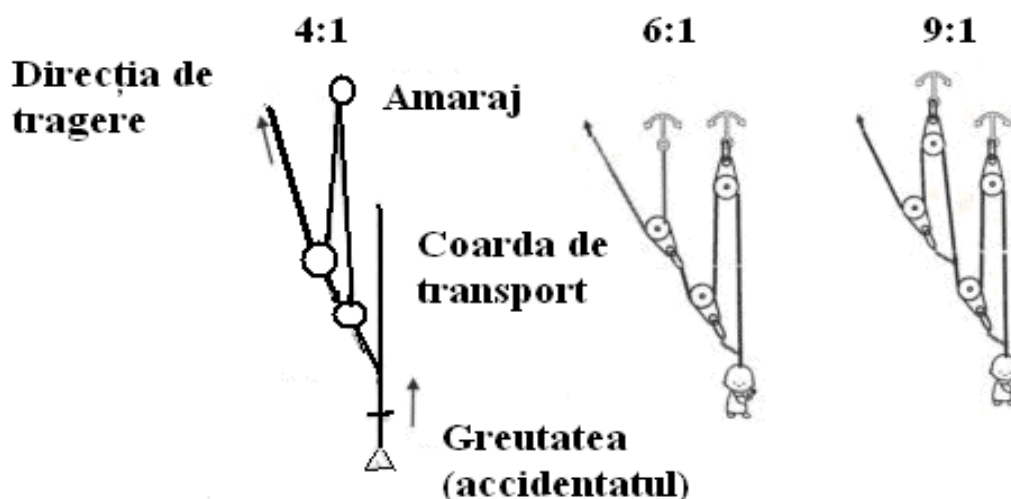


Sistemele simple impare de polispast mai mari de 5:1 în practicile de salvare nu sunt eficiente, deoarece nu se includ în anumiți parametri temporali. Sunt însă utilizate **sisteme combinate de polispast**.

2.6. Sistemul combinat de polispast este sistemul în care sunt conexionate 2 (sau mai multe) sisteme simple de polispast.

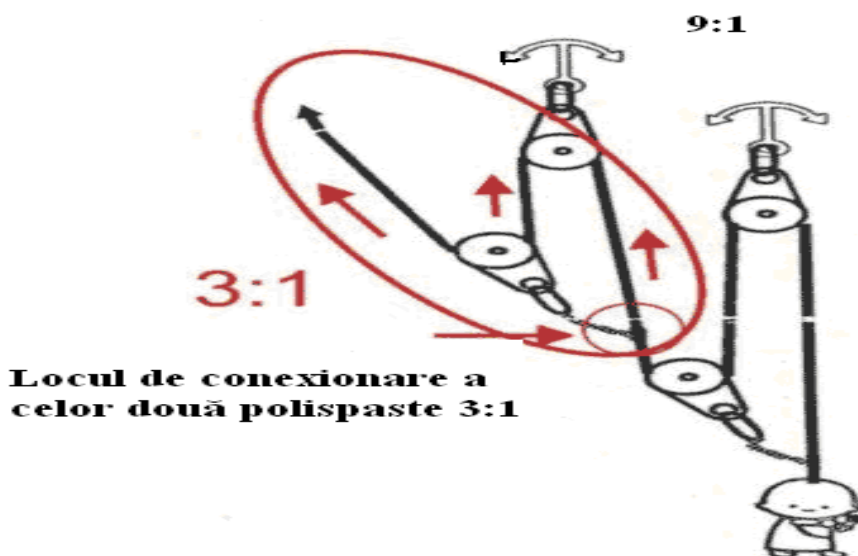
În Figura 9 se poate de vizualizat astfel de sisteme combinate.

Fig. 9 Sisteme combinate de polispast



2.7. Pentru a determina coeficientul de minimalizare a efortului, trebuie să înmulțim coeficienții sistemelor simple de polispast. De exemplu: în Figura 9, sistemul simplu de polispast 2:1 este conexionat la sistemul 3:1 - $2:1 \times 3:1 = 6$. În Figura 10, sistemul simplu de polispast 3:1 este conexionat la sistemul 3:1 - $3:1 \times 3:1 = 9$.

Fig. 10 Sistemă combinată de polispast: polispastul 3:1 este conexionat la alt polispast 3:1



În Figura 9 sunt propuse sisteme de polispast utilizate în procesul de salvare (de ridicare a greutăților și a accidentatului). Aceste sisteme sunt suficiente pentru realizarea sarcinilor de salvare și montare a corzilor suspendate.

Pe perioada de desfășurare a competițiilor la tehnica turismului montan se mai atestă cazuri ce apar în procesul de montare a balustradelor suspendate, ce țin și de distrugerea amarașelor de siguranță (punctelor de fixare a balustradei), cedarea (ruperea) corzilor de bază sau a carabinierilor din sistema de polispast. Din aceste motive, permanent apare necesitatea de a monitoriza și de a regla forța de tracțiune, apărută în procesul de utilizare a sistemelor de polispast, a căror eficacitate depinde de numărul de roțile din sistem, de numărul de participanți care montează balustrada, precum și de alți indicatori care sunt prezenți la utilizarea sistemelor de polispast, inclusiv a punctelor de fixare a balustradei.

Pentru monitorizarea forței maximal admisibile de utilizare a sistemului de polispast vom opera cu indicatorul *forța de tracțiune*. În acest scop este necesar ca sportivii, arbitrii și antrenorii să dețină un volum necesar de cunoștințe teoretice vis-a-vis de elementele constitutive ale forței de tracțiune care se regăsesc în sistemele de polispast. Considerăm că va fi suficient ca pentru limitarea *forței maximale de tracțiune* de operat cu *criteriul forței de tracțiune*.

Criteriul forței de tracțiune (C.t.) este constituit din raportul numărului de roțile (**r**) din sistemul de polispast, numărul de participanți (**n**) care creează forța de tracțiune, utilizând polispastul și coeficientul (**d=1**) care va indica importanța utilizării corzii cu diametrul minim de 10 mm.

$$\mathbf{C.t.=(r \times n):d}$$

Anticipat, venim cu recomandări practice care indică valoarea maximă a **C.t.:**

- 1) pentru balustrada suspendată **C.t. ≤ 6;**
- 2) pentru transportarea accidentatului pe verticală - **C.t. ≤ 8.**

Considerăm că numărul maximal de participanți care creează forța de tracțiune, utilizând sistemul de polispast, nu trebuie să depășească numărul dedus din formula:

$$\mathbf{n=(C.t.:r) \times d}$$

De exemplu: utilizând sistemul de polispast constituit din 2 rulmenți (2 carabiniere), numărul maximal de participanți care vor crea forța de tracțiune trebuie să fie maximum de:

- a) la montarea balustradei suspendate – nu mai mult de trei persoane $(6:2) \times 1=3$;
- b) la transportarea accidentatului pe verticală – nu mai mult de 4 persoane $(8:2) \times 1=4$.

Observăm că criteriul de tracțiune pentru instalarea balustradelor suspendate este mai mic, comparativ cu cel de la transportarea accidentatului pe verticală. Aceasta se datorează faptului de conexiune fixă a unui capăt al balustradei suspendate asupra căruia forța de tracțiune se manifestă mai evidențiat.

Numărul nominal de participanți care asigură forța de tracțiune poate fi micșorat, precum și mărit, în baza a mai multor factori: din garanția amarajelor de siguranță (punctele de fixare a balustradei), din coeficientul de frecvență a utilizării corzilor care poate scădea pe măsura numărului mărit de utilizare a lor, din lungimea balustradei sau coeficientul **d** (diametrul corzii) etc.

De exemplu: **d =1,2cm**, atunci reiese că: $(6:2) \times 1,2=3,6$, adică pînă la 4 participanți.

Formula propusă este una empirică și prevede o anumită rezervă de siguranță dedusă din calcule simplificate. Această formulă nu include în sine absolut toți factorii de siguranță ca de exemplu: tipul sistemului de polispast (simplu, compus sau combinat), rulmenții sunt mobili sau fiși, lungimea balustradei, vîrsta și forța participanților etc.

Însă această formulă are menirea de a evalua și regla forța de tracțiune care apare în coraportul dintre sistemul de polispast și numărul de participanți, astfel, încît să putem evita, pentru viitor, cazurile excepționale nedorite și va presupune totodată avansarea gradului de securitate a competițiilor.

Bibliografie:

1. Gutt, Walter F. *Accidente și Tehnici de Salvare în Speologie*. București: FRTA, 1987.
2. Marbach, Gorges, Rocourt, Jean – Louis. *Tehnicile Speologiei Alpine*. București: Ed. Speotelex, 1985.
3. Povara, Ioan, Goran, Cristian, Gutt, Walter F. *Speologie: Ghid Practic*. București: Ed. Sport Turism, 1990.
4. Коган, В. Г., Дябло, Т. Г. *Методические разъяснения по судейству соревнований по спортивному горному туризму*. Днепропетровск: Типография ДНУ, 2010 г.
5. Коган, В. Г. Критерии оценки полиспастных систем. Спортивный горный туризм *Информационный сборник*. Киев: Типография СПД Рубан. 2010, № 14, октябрь-декабрь, р. 22-23.

SEMNIFICAȚIA STRATEGIEI ÎN ÎNVĂȚĂMÂNTUL FORMATIV

*Căpățînă Sofia, dr., lect. sup.,
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*

Les stratégies didactiques interactives jouent un rôle essentiel dans l'activité éducative, étant présentes à toutes les étapes de sa conception et de sa mise en œuvre efficace: dans la phase de conception, la phase de déploiement réel des travaux – la stratégie d'enseignement est un outil pratique qui permet de réaliser les objectifs définis; dans la phase d'évaluation, on estime, en fonction des résultats obtenus, la qualité et le degré de conformité avec les objectifs, le contenu, les formes d'organisation du processus éducatif économique.

Mots clés: *stratégie, stratégie didactique, enseignement formative, objectif.*

Strategia didactică este un sistem complex și coerent de metode, procedee didactice mijloace de învățământ, tehnici, forme și alte resurse educaționale care vizează atingerea unor obiective educaționale.

Strategia didactică reprezintă un concept destul de eterogen, materializat de diversitate de opinii. Pentru a demonstra această afirmație, propunem spre analiză câteva abordări ale acestui concept.

Strategia didactică este:

- „un ansamblu de acțiuni și operații de predare-învățare în mod deliberat structurate sau programate, orientate în direcția atingerii, în condiții de maximă eficacitate a obiectivelor prestabilite” [1, p. 276];
- „ansamblul mijloacelor puse în lucru, pentru a atinge scopul fixat, începând de la organizarea materială și alegerea suporturilor până la determinarea sarcinii de învățare și a condițiilor de realizare. Toate acestea vor depinde de obiectivele propuse pentru a fi atinse și de fazele formării trăite de subiect” [6];
- „o acțiune decompozabilă într-o conexiune de decizii-operații, fiecare decizie asigurând trecerea la secvența următoare pe baza valorificării informațiilor dobândite în etapa anterioară. În acest sens, strategia devine un model de acțiune, care acceptă posibilitatea schimbării tipurilor de operații și succesiunea lor” [7, p. 144];
- „un grup de două sau mai multe metode și procedee integrate într-o structură operațională, angajată la nivelul activității de predare - învățare - evaluare, pentru realizarea obiectivelor pedagogice generale, specifice și concrete ale acesteia, la parametri de calitate” [2, p. 422];
- „ansamblu de resurse și metode planificate și organizate de profesor în scopul de a permite studenților să atingă obiectivele preconizate. Persoanele, localurile, materialele și echipamentele formează resursele, în timp ce modurile de intervenție (abordare), formele pedagogice și tehnicile pedagogice constituie metodele” [Parent, Nero];
- „un ansamblu de procedee prin care se realizează conlucrarea dintre profesor și studenți în vederea predării și învățării unui volum de informații, a formării unor priceperi și deprinderi, a dezvoltării personalității umane” [5, p. 441];
- „aspectul dinamic, activ, prin care cadrul didactic dirijează învățarea” [4, p. 193];

R. Iucu, realizând o analiză a definițiilor propuse pentru acest concept, concluzionează [3, p. 119-120]:

- strategia presupune un mod de abordare a unei situații de instruire specifice atât din punct de vedere psihosocial (relații și interacțiuni), cât și din punct de vedere psihopedagogic (motivație, personalitate, stil de învățare etc.); reprezentările și convingerile psihopedagogice ale cadrului didactic sunt elemente determinante în construcția strategiei;
- prin intermediul strategiei se raționalizează conținuturile instruirii, determinându-se, totodată, structurile acționale, pertinente pentru atingerea obiectivelor prestabilite; programarea ca activitate distinctă este subînțeleasă;
- strategia presupune o combinație structurală, în care elementele de tip probabilist și de tip voluntar se intersectează în dinamica procesului la nivelul deciziei; de remarcat ponderea acesteia în luarea deciziilor educaționale în contextul disciplinelor economice;
- strategia are o structură multinivelară:
 - metode de instruire,
 - mijloace de instruire,
 - forme de organizare a instruirii,
 - interacțiuni și relații instrucționale,
 - decizia instrucțională, în care dimensiunea finalistă, determinată de focalizarea pe anumite obiective, nu rezultă din suma elementelor enumerate, ci din sinteza și interacțiunea lor;
- strategia se înscrie în demersul de optimizare a instruirii, fiind un mod funcțional de gestionare a resurselor instrucționale în vederea atingerii criteriilor de eficiență și eficacitate ale procesului de învățământ economic.

Strategiile instrucționale trebuie subordonate celor două obiective educative fundamentale: eficiența activității sociale a absolventului și dobândirea de deprinderi de gândire critică și creativă.

În acest caz este necesar să subliniem relația dintre conceptele de eficiență și deprinderi de gândire, pe de o parte, și sistemul de referință al valorilor individuale ale celui care operează cu ele, pe de altă parte. Aceasta din urmă determină sensurile în care asemenea concepte sunt percepute și care și determină strategiile adoptate în acțiunile sale de fiecare decident.

Percepția cadrului didactic asupra studenților suportă, în fond, transformări radicale: imaginea studentului - receptor pasiv de informații, de cunoștințe „prefabricate” este înlocuită cu imaginea studentului activ, motivat să practice o învățare autentică, să-și formeze competențe specifice de procesare a informațiilor, de generare a cunoștințelor noi, de aplicare a acestora în diferite contexte etc.

Un obiectiv fundamental al educației rămâne a fi transmiterea, respectiv, acumularea de cunoștințe, care trece pe planul secund atunci când se dorește promovarea la acest nivel a unei culturi a calității. Acum, accentul este plasat pe modul în care informațiile asimilate sunt prelucrate, structurate, interpretate și utilizate în situații variate. Astfel, studenții dobândesc competențe formate, dar și încrederea că acestea se vor dovedi operaționale și le vor servi drept repere în mod autentic în diverse situații de viață.

Strategiile didactice interactive au un rol determinant în activitatea educațională, fiind prezente în toate etapele, începând cu inițierea și finalizând cu realizările efective a acesteia:

a) în faza proiectării, atunci când profesorul, raportându-se la celelalte componente ale procesului de învățământ (obiective, conținuturi, timp, forme de organizare etc.), elaborează strategia didactică oportună;

b) doar în faza de desfășurare efectivă a activității strategia didactică devine un instrument concret, care permite realizarea obiectivelor propuse;

c) în faza evaluării și (auto)evaluării, alături de alte componente ale procesului de învățământ, strategia didactică se manifestă ca „obiect” al evaluării profesorului, iar estimările ei se fac în funcție de rezultatele obținute, calitatea acestora și gradul de corespundere cu finalitățile, conținutul, formele de organizare a procesului de învățământ economic.

Implementarea unui sistem de management al calității în învățământul universitar reclamă, de altfel, necesitatea organizării unui mediu de învățare stimulat, „interactiv”, care să faciliteze participarea studenților la procesul propriei formări.

Strategiile didactice interactive au efecte formative evidente, aspect care nu exclude și posibilitatea manifestării unor limite ale acestora, în condițiile în care profesorul nu deține solide competențe de aplicare a acestora în practica educațională.

În continuare vom prezenta destul de succint:

- formarea și dezvoltarea unor competențe funcționale, de tipul abilităților de prelucrare, sistematizare, restructurare și utilizare în practică a cunoștințelor economice;
- formarea și dezvoltarea capacității de cooperare, a spiritului de echipă;
- formarea și dezvoltarea competențelor comunicative;
- formarea și dezvoltarea competențelor psihosociale;
- dezvoltarea stimei de sine;
- cultivarea spiritului participativ al studentului;
- formarea și dezvoltarea deprinderii de ascultare activă;
- dezvoltarea capacității empatice;
- formarea și dezvoltarea capacității reflective și a competențelor metacognitive;
- formarea și dezvoltarea capacităților de investigare a realității;
- formarea și dezvoltarea capacității argumentative;
- formarea și dezvoltarea capacității decizionale;
- formarea și dezvoltarea competențelor de negociere;
- formarea și dezvoltarea competențelor emoționale;
- formarea și dezvoltarea capacității de a oferi feedback și de a fi receptiv la feedback-ul recepționat;
- cultivarea autonomiei în învățare;
- dezvoltarea motivației pentru învățare;
- formarea și promovarea unui stil de învățare eficient;
- dezvoltarea gândirii critice și creative;
- dezvoltarea creativității;
- dezvoltarea unor atitudini și comportamente prosociale;
- dezvoltarea capacităților de interevaluare și autoevaluare etc.

În concluzie, menționăm că strategia didactică prin realizarea obiectivelor operaționale formează la studenți cunoștințe, capacități, atitudini, comportamente, ce conduc spre deschideri de situații și familii de situații, care în mod vădit va contribui la formarea competenței specialistului economist.

Bibliografie:

1. CERGHIT, I. *Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri și strategii*. București: Editura Aramis, 2002.
2. CRISTEA, S. *Dicționar de termeni pedagogici*. București: E.D.P., 1998.
3. IUCU, R. *Instruirea școlară. Perspective teoretice și aplicative*. Iași: Editura Polirom, 2008.
4. MANOLESCU, M. Elementele structurale ale curriculumului școlar, semnificații și interacțiuni. Aplicații. În: POTOLEA, D. et al. *Pregătirea psihopedagogică: Manual pentru definitivat și gradul didactic II*. Iași: Editura Polirom, 2008.
5. NICOLA, I. *Tratat de pedagogie școlară*. București: Editura Aramis, 2003.
6. OPREA, C.L. *Strategii didactice interactive*. București: E.D.P., 2009.
7. POTOLEA, D. Profesorul și strategiile conducerii învățării. În: JINGA, I., VLĂSCEANU, L. (COORD.). *Structuri, strategii și performanțe în învățământ*. București: Editura Academiei, 1989.
8. TATOIU, M. *Profesorii și pedagogia*. București: Editura Curtea veche, 2005.

STIL DE VIAȚĂ ȘI ECO-EFICIENȚĂ ÎN ERA INFORMAȚIONALĂ

*Bălăceanu Cristina, dr., conf. univ.,
Apostol Diana Mihaela, dr., lect. univ.,*

*Penu Daniela, dr., lect. univ.,
Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București, România
Pădurean Elena, dr.,
C.C.F.M. „Victor Slăvescu”, I.N.C.E., Academia Română*

The informational dematerialization of the economy promises to reduce the impact of human activity on the environment, but the positive feedback effects, which are generally brought by informational products and services, tend to reduce gains in eco-efficiency. This calls into question the consumption patterns and/or the consumer values. The imaterialization hypothesis "as a switch in behavior from more material consumption to less material" underscores the failure of the neoclassical paradigm to address the consumer behavior based solely on the direct functional and cost preferences, and not as a matter of lifestyle. We surveyed the rebound effects as an income effect (imaterialization hypothesis) and not as a substitution effect (dematerialization hypothesis), which allows the information society and the economic theory to consider the consumers' values and consumption patterns as the main source of rebound effects.

Key words: *informational society, eco-efficiency, rebound effects, de/imaterialization.*

JEL Classification: *O44, Q51, Q55*

Probabil că cea mai mare provocare adresată teoriei economice e de a reduce impactul activității umane asupra mediului fără a impune reduceri drastice în outputul și/sau *well being* unei societăți. Evident, sunt economiști care înțeleg că sustenabilitatea înseamnă că capacitatea productivă a unei economii care susține nevoile și standardul de viață al generațiilor actuale nu poate fi mai mică pentru generațiile viitoare; deteriorarea inerentă a mediului poate fi compensată de progresele tehnologice, de alte avantaje etc. Dar deteriorarea mediului dincolo de capacitatea lui de *resilience*, așa cum o arată, de exemplu, studiile de footprint [GLOBAL FOOTPRINT NETWORK ANNUAL REPORT, 2010], ar putea să oblige economia să-și revizuiască drastic modelul de creștere și de consum, nu să și-l păstreze. Marea problemă este, evident, dacă economia poate preveni deteriorarea mediului în timp, ce continuă să-și păstreze ratele de creștere sau dacă, dimpotrivă, trebuie să se deschidă spre un dialog mai consistent cu alte științe ca ecologia, antropologia, sociologia etc., pentru a-și completa perspectiva și targeturile. Economia în varianta ei neoclasică a primit nenumărate critici, în special pentru eșecul de a integra în funcția de producție prețuirea capitalului natural, externalitățile negative etc., dar un argument care este chiar în inima societății informaționale de azi redeschide discuția despre *homoeconomicus* și raționalitatea comportamentului consumatorului (piesele de bază ale teoriei economice), prin ceea ce numește efectul de *feedback pozitiv* și *rebound effects*.

Vă propunem mai departe o survolare a principalelor discuții, care chestionează sustenabilitatea societății informaționale. Argumentul eco-eficienței cu care dematerializarea economiilor promite să vină e, fără îndoială, veritabil, dar, conform unor studii ca Schauer, Simmons, Willard and Harder, Bălăceanu and Apostol, Apostol și Bălăceanu, nu e lipsit de

probleme. Principalele probleme implică ceea ce numim efectul de *feedback pozitiv* și/sau *rebound effects*. Dacă societatea informațională prezintă avantajul de a furniza produse cu conținut material redus (*eco-efficiency*) și costuri/prețuri mici, neajunsul provine exact din acest lucru, generând prin mecanismul de *feedback pozitiv* creșterea consumului (*rebound effects*). Cu alte cuvinte, „un element integrant al dezbaterii este de a transfera cererile consumatorilor de la patternuri de consum *material-based* spre patternuri *resource-saving*. Foaia de parcurs a imaterializării implică substituirea de produse materiale prin servicii non-materiale adecvate și promovează nevoi imateriale în schimbul nevoilor materiale, promovând astfel schimbarea socială pentru a realiza sustenabilitatea” [5, p. 267].

Societatea informațională

Promisiunea eco-eficienței e chiar în inima societății informaționale. Caracterul preponderent intangibil al produselor și serviciilor informaționale scade presiunea pe care omul o pune asupra mediului, iar economiile par să fie conștiente de acest lucru, când își sporesc stocurile de capital intangibil și investesc masiv în capitalul uman. Provocarea principală e de fapt posibilitatea ca presiunea asupra mediului să scadă în timp ce economiile pot continua să-și crească outputurile. Acest lucru a fost generat, în special, de teoria randamentelor crescătoare și succesul noilor tehnologii informaționale (ICT). Ambele, adică teoria randamentelor crescătoare și noile tehnologii, au alimentat ideea că economiile pot continua să crească fără să fie nevoite să-și lărgească baza (fizică) de capital. Pentru o serie de economiști, cunoașterea este infinit expansibilă sau intangibilă, adică poate fi utilizată infinit de tot atâția utilizatori fără a fi împuținată, în timp ce costul marginal de producție este diferit de costul marginal de multiplicare, adică dacă costurile de generare a unei idei pot fi foarte mari, costurile de reproducere pot fi foarte mici sau chiar inexistente. Apariția ICT și a internetului n-au făcut altceva decât să alimenteze speranțele că societatea informațională va deveni o realitate globală (digitalizarea și internetul, nu trebuie să insistăm acum, slăbesc restricțiile de utilizare impuse de patente și copyright, permit exploatarea de efecte de rețea și deschid economia spre formule de tip *open source* [3, 10]). Vechea economie bazată pe inputuri convenționale și randamente descrescătoare, adică pe o concepție a creșterii și progresului tehnologic derivat din acumularea de capital fizic (costuri marginale mari, consum de energie ridicat, supus deprecierei etc.), este prea disipativă, în orice caz, trebuie să cedeze locul unei noi economii, mult mai puțin materială sau înalt eco-eficientă și bazată pe randamente crescătoare de scară, care tinde, evident, să devină globală în epoca internetului.

Lifestyle și eco-eficiență: dematerializare vs imaterializare

Societatea informațională are în genere un efect de feedback pozitiv. Conținutul material scăzut al produselor ei scade prețurile, care alimentează o creștere în volum a economiei. Asta se numește *rebound effects* și are ca rezultat faptul că presiunea asupra mediului nu scade, ci crește. Chestiunea se află, fără îndoială, în inima dematerializării cu care vine societatea informațională și interferează cu *lifestyle*-ul consumatorului. Asta se vede, în special, din diferența pe care economiști ca Simmons, Tulbure, Juric and Voegel și alții o fac între dematerializare și imaterializare [1, 2].

Principala diferență între dematerializare și imaterializare este diferența dintre producție și consum sau diferența dintre efectul de substituție și efectul de venit. În prima situație, dematerializarea mizează pe superioritatea bunurilor imateriale (eficiență mare, conținut material redus, prețuri mici etc.) față de bunurile materiale. *The rebound effects* sunt în acest caz un efect de substituție. Eșecul acestui model e de a lua în considerare patternurile de consum și/sau *lifestyle*-ul

și valorile consumatorului. Extinderea societății informaționale și creșterea câștigurilor în eco-eficiență țin de rapiditatea cu care procesul de producție reușește să se dematerializeze (substituție). O serie de studii contrazic această poziție. Tulbure, de exemplu, susține că progresele înregistrate în comunicații, e-working etc. nu reduc nici transporturile, nici nivelul emisiilor de CO₂, nici consumul general de energie. Dacă un *e-worker* are avantajul de a călători mai rar spre locul de muncă, prezintă în schimb dezavantajul că acum poate călători pe distanțe mari și mult mai mult în alte scopuri [9]. În mod similar, Schauer găsește că *dematerializarea* economiei nu a fost suficient adresată și crede că funcționează ca o Cutie a Pandorei, în orice caz nu este o soluție de tip *win-win*. Argumentul principal e că dacă ipoteza dematerializării (*substitution hypothesis*) e plauzibilă când promite să virtualizeze diferite produse și servicii materiale, de exemplu, să înlocuiască conferințele fizice cu conferințele virtuale, hârtia unui document cu formatul electronic etc. (*Cyberworld Scenario*), e posibil ca efectele eco-eficiente obținute să fie anulate de faptul că ICT are un efect de *feed-back* pozitiv la nivelul producției industriale (*addition hypothesis*), stimulând ceea ce el numește „foamea noastră fără sfârșit de produse noi”. *Feed-back*-ul pozitiv la nivel industrial și *eco-schizofrenia* consumatorului, un concept pe care îl introduce pentru a sublinia rolul *lifestyle*-ului în ecuația eco-eficienței, permițându-i să observe cum consumatorii pot să rămână în proporții copleșitoare neafecțați de propriile lor concluzii ecologice, par să deschidă o adevărată Cutie a Pandorei (*secondary/primary rebound effects, democracy brake, internet refusers, double infrastructure* etc) [6, 7].

În cea de a doua situație, dematerializarea vizează direct *lifestyle*-ul și valorile sau patternurile de consum ale consumatorului (imaterializarea) „as a switch in consumption behaviour from more material to less material” (*ca un comutator în comportamentul de consum de la mai material la mai puțin material*). Concentrarea pe dematerializarea procesului de producție și superioritatea bunurilor imateriale evită consumatorul și nu înțelege *the rebound effects*, care par în acest caz un simplu efect de substituție (dematerializarea). Simmons, de exemplu, arată că imaterializarea e văzută ca un gen de dematerializare, dar că ea interferează cu patternurile de consum. Argumentul principal e că dematerializarea economiei vine cu un efect de feedback pozitiv, care se suprapune cu *lifestyle*-ul sau patternurile mai vechi de consum ale consumatorului. *The rebound effects* sunt în acest caz un efect de venit, și nu unul de substituție ca în cazul ipotezei dematerializării. Imaterializarea indică că suprapunerea dematerializării economiilor cu un *lifestyle* prea puțin imaterial reduce câștigurile în eco-eficiență prin creșterea consumului de bunuri și servicii cu conținut material ridicat. Astfel, *lifestyle*-ul sau patternurile de consum sunt în inima imaterializării înțeleasă ca „switch in consumption behaviour from more material to less material”. Pentru Simmons, patternurile de consum provin din valorile și preferințele indivizilor. Tehnologia Societății Informaționale – avansează problema de preferințelor. Este un caz bine documentat că „schimbarea valorii pe termen lung rezultă din înlocuirea generațiilor”. Pare rezonabil să deduci, prin urmare, că schimbarea stilului de viață pe termen lung va expune aceeași dependență caracteristică de succesiunea generațiilor” [8, p. 6]. În același timp, imaterializarea provoacă paradigma neoclasică a lui *homo economicus*. Eroarea ei principală e de a trata comportamentul de consum pe baza preferințelor funcționale directe și de cost, nu ca o problemă de *lifestyle*. Simmons scrie că „alegerea de a opta pentru imaterializarea este despre *lifestyle*: aspecte cum ar fi creșterea copiilor; calitatea vieții (spre deosebire de nivelul de trai); și locul în societate cântărește mai mult decât aspectele legate de costuri. Imaterializarea poate produce o reducere a costurilor: sau poate nu. Este patternul de consum care este schimbat, nu neapărat sau în mod sistematic costul lui, nici

(exceptând în mod foarte indirect) funcția lui” [8, p. 6-7]. Simmons se regăsește aici cu teoriile sociologice ale *habitusului* și consumului (simbolic, emoțional, turbo-consumul etc.), adică cu sociologi ca Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard sau Gilles Lipovetsky. Pe scurt, „imaterializarea este un concept proiectat pentru a reduce utilizarea resurselor în stilurile de viață actuale. Acest lucru necesită schimbări drastice în comportamentul consumatorilor. Demonstrarea eficacității unui astfel de comportament de consum modificat implică dezvoltarea unor noi abordări metodologice” [5, p. 276].

Evaluări, estimări și studiu de caz

Noi comentăm mai departe un studiu de caz [5], care face parte din și utilizează ceea ce se numește *integrative modeling* în modelarea dinamică (Life Cycle Assessment method, Material Intensity Analysis etc). Principala caracteristică a acestui tip de *modelling* e de a combina *old indicators*, ca consumul de energie, consumul de hârtie etc., și *new indicators*, raportați, în genere, la utilizarea de ICT ca infrastructură și aplicațiile ICT [9]; sau de a estima impactul consumului i/material asupra mediului, metoda LCA (*Life Cycle Assessment*), furnizând, de exemplu, informații ecologice despre substituția în preferințele consumatorilor [5]. Avantajul principal al acestor modele este de a încorpora cunoașterea din mai multe zone de cercetare în discuțiile despre efectele progresului tehnologic și dezvoltarea sustenabilă. Rezultatul probabil principal este că ipoteza dematerializării e inadecvată pentru chestionarea așa-numitelor *rebound effects* ca efect de substituție, în timp ce doar o ipoteză, unde *the rebound effects* sunt exprimate ca efect de venit, subliniază rolul culturii și deschide teoria economică spre parametri, care depășesc teoria comportamentului de consum bazată pe preferințele funcționale directe și de cost, luând în calcul lifestyle-ul și valorile consumatorului.

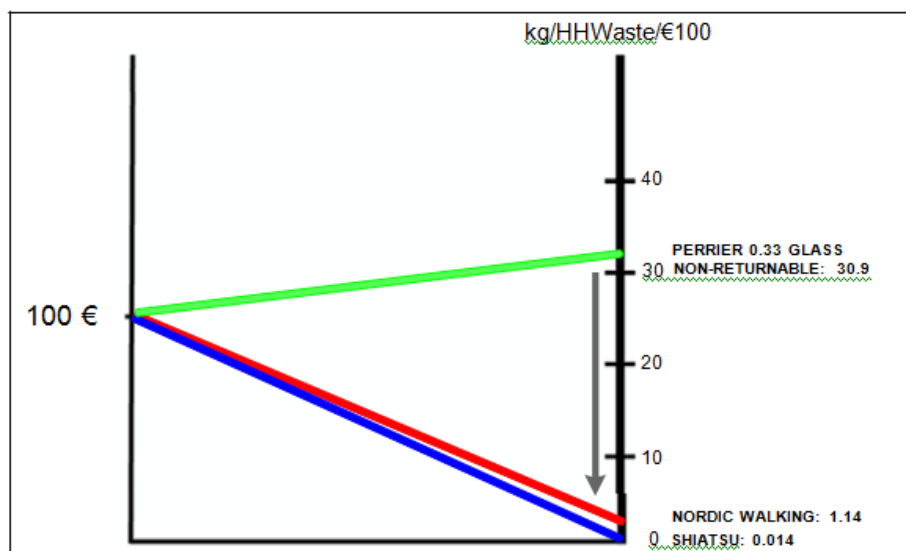


Figura 1: În comparație cu 100 € cheltuiți pe apă minerală în recipiente grele, nereturnabile, aceleași cheltuieli pentru *Nordic walking* sau *Shiatsu* ar economisi 30 kg de deșuri [5].

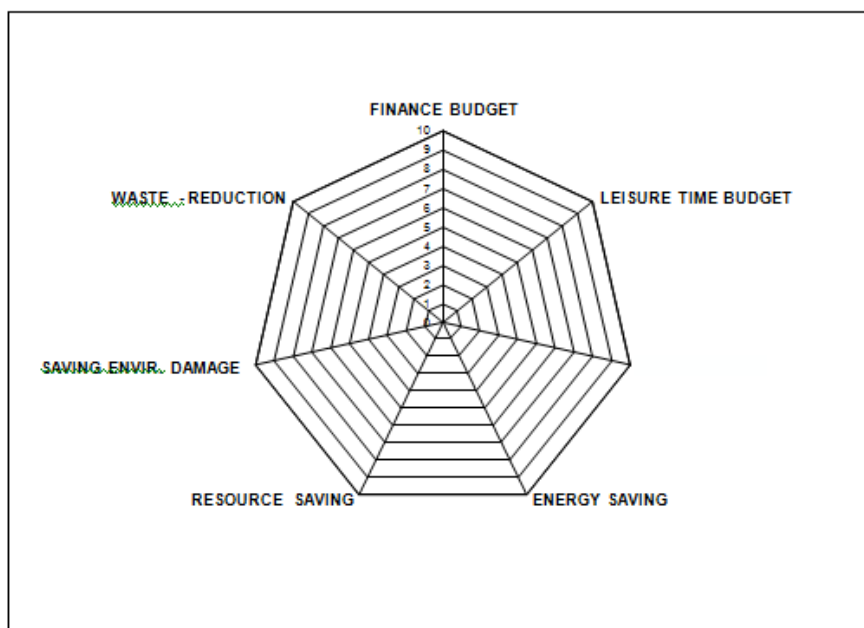


Figura 2: Calcularea unui proces optim de consum imaterial, reprezentat aici ca un cuib de păianjen [5]

Consumul material presupune utilizarea de bunuri de consum și întâmpină nevoi de bază ca foamea, nevoia de îmbrăcăminte etc. Consumul imaterial nu întâmpină nevoi de bază și nu implică bunuri materiale, deci nu se poate substitui nevoilor materiale. Astfel, consumul material implică resurse și generează distrugere, în timp ce satisfacția nevoilor imateriale, precum o discuție privată, jocurile etc., nu este legată de utilizarea de bunuri anume. Juric and Vogel dă exemplul unui concert, unde violoniștii Orchestrei Filarmonice din Viena utilizează aceleași viori de 200 de ani. Cu alte cuvinte, dacă cererea de bunuri materiale e finită și direct dependentă de resurse, dimpotrivă, cererea de bunuri imateriale (servicii sociale și culturale) poate crește infinit fără distrugerea mediului sau diminuarea resurselor.

Studiul de caz testează opțiunile de consum imaterial pentru 20-25% din gospodăriile Vienei: consumul de apă minerală din sticle non-returnabile versus un sport specific, *Nordic walking*, și/sau *shiatsu* (exerciții de medicină alternativă): la 100 de euro cheltuieli cu sticlele non-returnabile, *Nordic walking* și/sau *shiatsu* scad cu 30 kg irosirea pentru aceeași sumă (Figurile 1-2).

Concluzia principală a studiului de caz este că dacă puterea de cumpărare rămâne constantă într-o regiune anume, o creștere în cererea de bunuri imateriale conduce automat la reducerea cererii pentru bunuri materiale. Asta face din extinderea imaterializării (edificare, *wellbeing*, plăcere etc.) o problemă de *lifestyle* și valori culturale de consum. Noul stil de viață e de natură să reducă consumul de resurse, consumul de energie, emisiile de CO₂, generarea de deșeuri, impactul asupra mediului; în același timp, maximizează numărul de joburi, maximizează consumul de timp liber etc. [5, p. 268-269].

Concluzie

Provocarea principală adresată economiei e de a crește outputul în timp ce reduce presiunea pe care o pune asupra mediului până la limita de *resilience*. Societatea informațională și/sau *knowledge based economy* pare să răspundă la această problemă prin accentul pe care îl pune asupra extinderii stocurilor de capital cu conținut material redus. Economia poate continua să crească, exploatând tipuri noi de capital intangibil și/sau informațional, dar acest lucru pare să întâmpine obstacole dificile, precum mecanismul de feedback pozitiv și *rebound effects*.

Chestionarea economiei la nivelul vechilor fundamente, așa cum este raționalitatea comportamentului de consum, este inevitabilă, și se află chiar în inima societății informaționale. Acest lucru e clar, în special din modul în care diferențiem între dematerializare și imaterializare, „as a switch in consumption behaviour from more material to less material”, între producție și patternurile de consum, între efectul de substituție și efectul de venit. Eroarea principală pare să fie de natură economică și constă în tratarea comportamentului de consum pe baza preferințelor funcționale directe și de cost, nu ca o problemă de *lifestyle*. Rezultatele studiului indică că rolul culturii în comportamentul de consum ar putea fi decisiv. Nu e nicio îndoială că deschiderea economiei spre un dialog serios cu alte științe ca sociologia, ecologia etc. ar putea îmbunătăți substanțial perspectiva teoriei economice.

Bibliografie:

1. APOSTOL, DIANA ȘI CRISTINA BĂLĂCEANU, *Lifestyle și eco-eficiență, Dezbateri Social – Economice*. 2013, Nr. 1.
2. BĂLĂCEANU, CRISTINA and DIANA APOSTOL, Development and Eco-Efficiency in the Information Society. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences October*. 2012, Vol. 2, No.10.
3. DELONG, BRADFORD J. and FROOMKIN, MICHAEL, *Speculative Microeconomics for Tomorrow's Economy* [on line]. 1999, November 14. Disponibil: <http://osaka.law.miami.edu/~froomkin/articles/spec.htm>
4. *Global Footprint Network Annual Report, The Climate Change is not the problem* [on line]. 2010. Disponibil: http://www.footprintnetwork.org/images/uploads/2010_Annual_Report.pdf
5. JURIC, KRISTIAN AND GERHARD VOEGEL (2005), *Does Immaterialisation Satisfy the Sustainability Imperative?* [on line]. 2005. Disponibil: http://www.unet.univie.ac.at/~a9601374/oslo_pap.pdf
6. SCHAUER, THOMAS. *Internet refusers. a risk to the digital economy?* from B. Standford-Smith et al (eds), *Challenges and Achievments in a E-business and E-Work* (Part 1), IOS Press, 2002.
7. SCHAUER, THOMAS. *Sustainable Future – the Role of Information Technology*, from Paul Novacek and Thomas Schauer (eds), *Learning from the Futures* [on line]. 2010. Disponibil: <http://www.openscience4sustainability.at/wp-content/uploads/2012/06/learning-from-the-futures-2010.pdf>
8. SIMMONS, STEPHEN, *Immaterialisation –the new reality*, from B. Standford-Smith et al (eds), *Challenges and Achievments in a E-business and E-Work* (Part 1), IOS Press [on line]. 2002. Disponibil: <http://www.terra-2000.org/htdocs/Documents/Prague/Papers/Immaterialisation-the%20new%20reality.pdf>
9. TULBURE, ILDIKO, *The Information Society and the Environment: a case study concerning two Internet Applications*, from B. Standford-Smith et al (eds), *Challenges and Achievments in a E-business and E-Work* (Part 1), IOS Press, 2002.
10. WEBER, STEVEN, *The Political Economy of Open Source Software*, BRIE, 2000. <http://www.escholarship.org/uc/item/3hq916dc#page>
11. WILLARD, TERRI and HALDER, MICHAEL. *The Information Society and Sustainable Development*, [on line]. IISD, 2003. Disponibil: http://www.iisd.org/pdf/2003/networks_sd_exploring_linkages.pdf

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТИТУТ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ АДАПТАЦИИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ НОВОЙ ЕВРОПЕЙСКОЙ ОБЩНОСТИ

Алексеев К.А., к.ф.н., доц.,

Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова, Россия

Nowadays ethnic composition has been changing. Education needs to adapt to the new situation in a society. Education's influence and role to the process of immigrants' socialization is discussed.

Key words: *multiculturalism, immigration, integration, adaptation, education.*

На современном этапе общественного развития в результате процессов глобализации изменяется этническая картина мира. По причине глобальных миграционных передвижений в мире возникли крупные диаспоры различных этносов. В результате во многих регионах и странах произошли не только существенные демографические изменения, но и заметно трансформировалась этнокультурная ситуация. Не обошел стороной этот процесс и Европу. Если ранее население большинства европейских стран было моноэтническим, а представители других народов составляли в нем незначительную часть, то во второй половине XX в. ситуация изменилась. В Западной Европе начался процесс «обратной колонизации», в ходе которого туда начали прибывать иммигранты из бывших колоний, выросшие в иных этнокультурных традициях. Это в корне изменило миграционную ситуацию. Если ранее переселенцами были представители других европейских стран, разделявшие общую систему ценностей и без значительных затруднений входивших в новое общество, то сейчас в европейские страны в больших количествах переезжают иммигранты из «третьего мира», которых почти невозможно ассимилировать.

Культурные различия приводят к тому, что между автохтонами и иммигрантами нередко конфликты. Коренное население часто не желает жить рядом с приезжими, отказывается понимать их национальные и культурные черты. Столкновения происходят на экономической почве, вследствие несовместимости культурных традиций, социальной несправедливости в отношении учащихся из иммигрантских семей, низкой степени адаптивности таких учащихся. Причинами противостояний оказываются не только ущемление культурно-образовательных прав иммигрантских общин, враждебное отношение к ним, но и отказ новоприбывших уважать народ и традиции принявшей страны⁸⁷. Все это приводит к межэтнической напряженности, что разделяет общественные группы по этнической и расовой принадлежности, и таким образом дезинтегрирует население, а это является не только существенным препятствием для экономического, социального и политического развития, но и снижает общий потенциал страны. Следовательно, актуализируется проблема воспитания культурной терпимости между представителями разных этнических и социокультурных групп.

Если представить этническую принадлежность в виде ядра, включающего в себя характерные черты этноса, то можно сделать вывод: ядерная группа этноса является

⁸⁷ Джуринский А.Н. Концепции и реалии мультикультурного воспитания: сравнительное исследование/ А.Н. Джуринский/ М: Академия, 2008. С.239

закрытой системой по отношению к представителям других народов. Характерными признаками этнической принадлежности являются следующие:

- Право рождения – передача этнической принадлежности от родителей к детям;
- Антропологические признаки принадлежности к этносу (цвет кожи, глаз, волос и другие соматические признаки);
- Языковая обособленность;
- Ритуалы жизненного цикла (традиции, праздники), являющиеся культурными образцами, передающимися из поколения в поколение;
- Нормы повседневного поведения⁸⁸.

По всем вышеперечисленным признакам сегодняшние иммигранты во всем отличаются от коренных европейцев, что затрудняет их интеграцию в европейское общество. Проблемы адаптации усугубляются резкой переменой окружающей обстановки. Исследователи, занимающиеся проблемами миграции, обобщают все это в понятии „отрыв от корней“. Человек, оторванный от корней, теряет свои инстинктивные и духовные связи с окружающим его миром. То, к чему он привык, его рассуждения, представления, понятия, оценки, чувства и действия теряют свое значение и должны быть переосмыслены, изменены в новом контексте. Таким образом, миграция представляет собой социальное и психическое событие, прерывающее нормальное течение жизни и требующее от человека огромного напряжения, связанного с приспособлением к новым жизненным условиям⁸⁹.

Помимо этого на новом месте в семьях иммигрантов нередко возникает конфликт поколений, поскольку их дети перенимают привычки сверстников, родившихся в стране проживания. Однако, даже переехав в страну давно, они все еще считаются переселенцами, и коренное население воспринимает их как чужаков. Многие иммигранты второго поколения не знают языка страны происхождения, и приезжая на историческую родину, чувствуют себя чужими. Несмотря на прокламируемое желание избавиться от традиционного образа жизни родителей, они возвращаются к своей культуре, избавляясь от ее архаических элементов. В сложившейся ситуации образование может дать им возможность адаптироваться к новой среде и стать полноценными членами общества.

Таким образом, на государство и систему образования возлагается педагогический поиск решения проблем иммиграции. Поиск идет в рамках государственного курса применительно к этническим меньшинствам и доминирующей группе. На первый план выходят вопросы социализации мигрантов.

Рост иммиграции создает проблемы педагогического и культурного характера. При их решении следует учитывать то, что иммигранты хотят войти в общество страны пребывания, сохраняя при этом свою этнокультурную идентичность.

Многонациональный состав учебных заведений требует от системы воспитания и образования ответов на несколько принципиальных вопросов:

- Должно ли преподавание в общественных учебных заведениях строиться лишь на доминирующей культуре?
- Должны ли ведущие языки быть единственными языками обучения?
- Следует ли в стенах учебных заведений приобщаться к культурным традициям всех субкультур?

⁸⁸. Терехов О.С. Поликультурное образование: решение межэтнических конфликтов / О.С.Терехов//Философия образования 2008 №4(25). С.213

⁸⁹ Сиденко Я. А. Хочу жить на Западе! О мифах и рифах заграничной жизни / Я.А. Сиденко, Г. Б. Иванов, В. В. Волковая/ М.: Б.и., 2011. С.17

- Должна ли меняться доминирующая культура как база воспитания за счет интеграции иных культурных ценностей?

В Западной Европе, где полиэтничность миграционного происхождения возникла в сообществах, прежде сравнительно гомогенных в культурном и этническом отношении, педагогическую поддержку необходимо организовать, не имея в запасе сколь-нибудь значительного исторического опыта межнациональных отношений.

Важно учитывать культурную неоднородность мигрантов. Немногие имеют хорошее образование и достаточно владеют языком страны проживания. Большинство же приехавших обладает худшими стартовыми возможностями вхождения в новое сообщество.

Мигрантская педагогика осуществляется в нескольких видах учебно-воспитательной работы:

- Социокоммуникативная поддержка: систематическое изучение культуры, языка, этических норм страны пребывания, воспитание уважения к ним;
- Лингвистическая поддержка: двуязычное обучение на языках большинства и мигрантов;
- Академическая поддержка: компенсирующее обучение при изучении социальных наук, истории, естествознания, т.е. тех учебных дисциплин, где используется понятийная лексика преимущественно из неродного языка. В него входят малая наполняемость классов, классы адаптации, дополнительные занятия;
- Сотрудничество с родителями: участие семей иммигрантов в преодолении трудностей обучения своих детей, возложение на них главной ответственности за приобщение детей к доминирующей культуре, воспитание позитивного отношения к многонациональной и многокультурной среде⁹⁰.

Адаптация иммигрантов – носителей культур европейского типа всегда протекала довольно успешно. Гораздо сложнее входят в европейский социум представители исламского мира. Мусульмане не приемлют ассимиляцию, что проявляется в «реисламизации» сфер образования и воспитания, поскольку либеральные европейские нравы кажутся им вседозволенностью. Усиливает напряженность и тот факт, что они селятся в отдельных кварталах, что приводит к культурной изоляции молодежи и еще более осложняет их интеграцию. При этом молодое поколение мусульман неоднородно, поскольку наряду со сторонниками «реисламизации» есть немало тех, кто считает ислам связью с семьей и культурным наследием. Подобный подход характерен для молодежи, учившейся в европейских школах и усвоившей традиции культурного большинства, и, следовательно, открытой для культурного диалога.

Для культурной адаптации детей иммигрантов в западноевропейских школах создаются специальные классы, а которых первый год интенсивно изучается государственный язык, после чего их переводят в обычные классы. Помимо этого проводятся так же дополнительные занятия малыми группами. В некоторых странах открыты так же школы, в которых преподавание ведется на государственном языке и языке иммигрантов. Однако и здесь встречаются трудности, поскольку систематическое изучение культуры иммигрантов не предусмотрено, а педагоги нерегулярно общаются с родителями иммигрантов. Это приводит к тому, что налаживание диалога между иммигрантами и коренными жителями серьезно затрудняется.

⁹⁰ Джурицкий А.Н. Концепции и реалии мультикультурного воспитания: сравнительное исследование/А.Н.Джурицкий/М: Академия, 2008, С.242

Таким образом, в условиях культурной плюрализации населения Западной Европы встает проблема приспособления системы образования к новым реалиям. Это может произойти только при признании того, что системы образования и воспитания должны стать органичным знаменателем такого разнообразия. Это поможет найти компромисс между автохтонными и привнесенными традициями. Преследуются важные социальные цели: приучить иммигрантов к уважению культуры, традиций и законов страны; приобщить к языку и культуре новой родины; сберечь особенности культуры и язык иммигрантских общин; наладить с ними межкультурный диалог.

Итак, система образования если не решит полностью проблемы интеграции иммигрантов, то снизит ее остроту. Имея представление о порядках, принятых на новом месте, дети иммигрантов не будут чувствовать себя чужими в новой обстановке и воспринимать окружение враждебно. Таким образом система образования играет важную роль в создании новой европейской общности, которой предстоит строить будущее Европы.

Литература:

1. Джуринский А.Н. Концепции и реалии мультикультурного воспитания: сравнительное исследование/ А.Н. Джуринский/ М: Академия, 2008. -304 с.
2. Сиденко Я. А. Хочу жить на Западе! О мифах и рифах заграничной жизни / Я.А. Сиденко, Г. Б. Иванов, В. В. Волковая/ М.: Б.и., 2011. - 342 с.
3. Терехов О.С. Поликультурное образование: решение межэтнических конфликтов / О.С.Терехов//Философия образования 2008 №4(25) С. 212-216.

СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

*Баранов Елена, асп., преп.,
Государственный Аграрный Университет Молдовы*

The company strategy development, and more strategic management of an enterprise is a complex and controversial issue of great concern. In this paper, based on the works of the founders of modern management, is made an attempt to find approaches to solve this problem. We propose a matrix of vision, based on which is build a strategy, are worked out the issues of decision making and delegation of authority in the system of strategic management.

Key words: *strategic management, strategy, documentation strategy.*

ВВЕДЕНИЕ

Система стратегического управления – это система управления, основанная на разработке и реализации программы достижения поставленной цели с учетом имеющихся у организации ресурсов в рамках принятых организацией политик. При этом подразумевается, что реализация программы постоянно контролируется и, при необходимости проводятся необходимые предупреждающие и корректирующие мероприятия и даже и корректировка самой стратегии.

Собственно стратегический подход в управлении предприятиями развивался с двадцатых годов прошлого века, но только в 1962 г. термин «стратегическое управление» был принят в менеджменте. В настоящее время уже никто не возражает, что самая эффективная система управления - это система стратегического управления. Однако в экономике она начала формироваться буквально 50 лет назад в работе Альфреда Чандлера [1], и по вопросу, что такое стратегическое управление, есть расхождения. В частности, все системы управления по целям (доминирующие в настоящее время) можно отнести к системам стратегического управления лишь в первом приближении. Этот подход очень ограничен с точки зрения экономической стратегии. Экономическая стратегия это, в первую очередь, установка цели и определение путей достижения поставленной цели, а уже только потом – стратегия управления движением к поставленной цели.

МЕТОДИКА И МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования является система стратегического управления, основанная на разработке и реализации программы достижения поставленной цели с учетом имеющихся у организации ресурсов в рамках принятых организацией политик.

Для исследования данного процесса были изучены научные работы зарубежных специалистов в данной области. В работе использованы такие современные методы экономического исследования как анализ и синтез.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЯ

Разработка стратегии должна идти от конечной цели ступенчато:

цель >> миссия >> видение >> частные стратегические цели >> программы деятельности.

При этом стратегия определяет и структуру [1, 2], в основном это видение и программы деятельности предприятия. При этом каждый шаг должен осуществляться по своей частной стратегии, включающей следующие компоненты: цель, политики, программы [3], ну и результат. Все эти шаги приведены в таблице 1.

Таблица 1

Шаги формирования стратегии предприятия

<i>Цель</i>	<i>Политики</i>	<i>Программы работ, необходимые для получения результата</i>	<i>Результат</i>
Формулирование цели предприятия	Политики определения цели деятельности	Программа действий по определению цели	Цель предприятия
Создание миссии	Политики определения сфер деятельности	Программа действий по определению миссии	Миссия, соответствующая цели предприятия
Создание видения	Политики по всем аспектам	Программа действий по созданию видения	Видение, обеспечивающее исполнение миссии
Установление частных стратегических целей	Политики по всем целям	Программа действий по разработке частных целей	Частные стратегические цели, достижение которых обеспечивает реализацию видения
Разработка проектов и программ деятельности предприятия	Политики по реализации каждого аспекта видения	Программа действий по реализации видения	Проекты и программы, обеспечивающее исполнение предприятием своей миссии, реализацию видения и обеспечивающее достижение цели предприятия
Разработка организационной структуры предприятия	Политики по организационной структуре	Программа действий по разработке структуры	Организационная структура предприятия наиболее соответствующая принятой стратегии
Разработка показателей предприятия	Политики по показателям	Программа действий по определению показателей	Показатели эффективности предприятия, показывающие как происходит движение к поставленной цели, в правильном ли направлении мы движемся.

Источник: разработано автором на основе источника [3].

Одна из задач стратегического менеджмента - это «Оценка результатов и корректировка стратегического видения, глобальных целей, стратегии и ее реализации с учетом приобретенного опыта, изменившихся условий, появления новых идей и возможностей». А «изменение стратегии, постепенное или стремительное, адаптивное (в ответ на новые условия) или активное (при появлении новых возможностей во внешней или внутренней среде) - это норма, даже необходимость. Поэтому создание стратегии – это непрерывный процесс, а не единовременное действие» [4]. Руководитель и управляющие предприятия не занимаются время от времени разработкой стратегии, а ведут стратегическое управление предприятием.

Что касается структуры системы стратегического управления, то в изданиях по стратегическому менеджменту ее вообще обычно не изображают, или изображают очень схематично, как, например, на рис.1 [5].

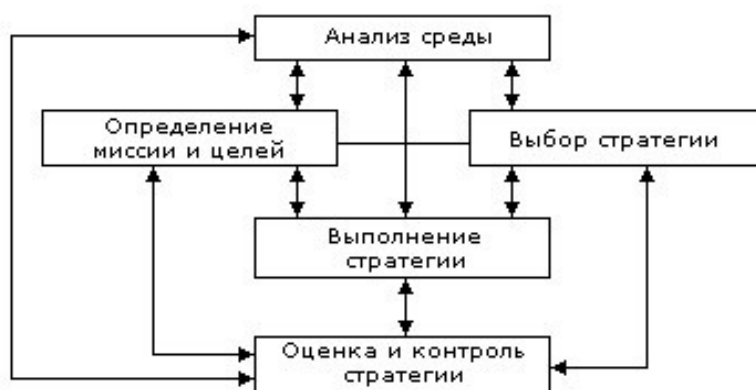


Рис. 1. Обобщенная схема системы стратегического управления

Здесь можно увидеть цепь обратной стратегической связи на миссию и цели, и на выбор стратегии. Но такие схемы дают только самую общую картину стратегического управления.

Обобщенная структурная схема системы стратегического управления предприятием, созданная на основании изложенного выше, приведена на рис. 2.

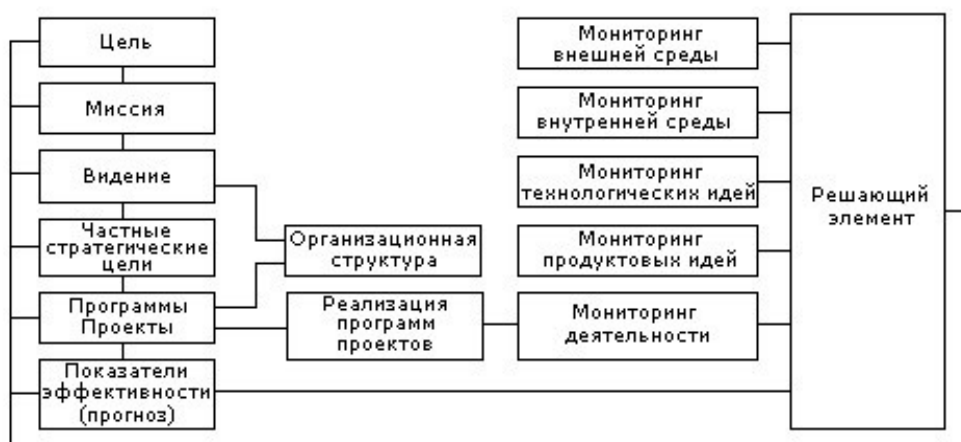


Рис. 2. Обобщенная структурная схема системы стратегического управления предприятием

Все без исключения элементы системы стратегического управления сами по себе являются стратегическими, т.е., перед каждым из них ставятся частные цели, и необходимо определить стратегии их достижения (политики, программы). В данном случае вышестоящие элементы левого столбца выступают как одна из политик определения стратегии нижнего элемента.

Левый столбец схемы: Цель – Миссия – Видение - Стратегические цели – Программы и проекты – это и начальная разработка стратегии, и ее коррекция решающим элементом (руководитель, специальные стратегические подразделения).

Видение и программы-проекты определяют организационную структуру управления.

Решающий элемент осуществляет мониторинг:

- Хода программ и проектов;
- Внешней ситуации;
- Внутренней ситуации;
- Возникающих продуктовых идей;
- Возникающих технологических идей.

Сравнивая прогнозы показателей с реальным ходом программ и проектов, а также результаты мониторинга внешней и внутренней среды, возникающих идей, принимается решение о коррекции от показателей (небольшие отклонения) до цели и миссии предприятия, где наблюдаются очень существенные отклонения.

Некоторую особенность имеет только решающий элемент. Во-первых, он должен определять серьезность отклонения результатов мониторинга (возможные последствия отклонения), и принимать два решения: первое решение – нужна ли вообще коррекция. Второе, если коррекция нужна, то какое должно быть решение. В случае отклонения деятельности от заданных показателей можно заранее задать допустимый диапазон, но отклонения внешней и внутренней среды непредсказуемы, и каждое должно рассматриваться индивидуально. Для этого ему требуется знать эффективность предприятия и ее прогноз в сложившейся ситуации.

На предприятиях можно непосредственно рассчитать прогнозируемый экономический эффект в ближней перспективе по прогнозам проектов и программ реализации продукции предприятия, при этом они должны, соответственно, учитывать и состояние инфраструктуры предприятия, и ее необходимую поддержку, развитие, и т.д.

Результат или динамика прибыли может быть вторым показателем эффективности предприятия, эффективности в ближней и средней перспективе.

Не менее важна и способность предприятия к формированию новых идей - третий показатель эффективности, эффективности в дальней перспективе.

Эти три показателя уже дают весьма полную картину эффективности предприятия. Если значение прибыли отрицательно, то можно найти тот показатель, который привел к этому результату, и провести соответствующие корректирующие действия в соответствующей программе или проекте. Если у предприятия недостаточно идей для воспроизводства инноваций, необходимо усилить работу в данном направлении.

Показатели эффективности деятельности предприятия или исходные данные для принятия решения о проведении корректирующих и предупреждающих действий.

1. Достигнутый экономический эффект;

2. «Здоровье предприятия», определяющее динамику экономического эффекта в ближней перспективе, или сам прогнозируемый экономический эффект в ближней перспективе;

3. Воспроизводство новых идей по продуктам и технологиям, определяющее эффективность предприятия в дальней перспективе.

При этом здоровье предприятия может определяться целым рядом составляющих, например:

- Моральный и физический износ основных средств и оборудования;
- «Износ» кадров: компетенции, квалификация, лояльность, мотивация, и т.д.;
- Идеи по продлению жизни продукции и технологий;
- Исполнение программ и проектов по срокам и ресурсам.

Таким образом, решающий элемент должен контролировать значения трех перечисленных показателей (с учетом выявленных потенциальных угроз и возможностей), а в случае отклонений должен проанализировать составляющие показателей и принять соответствующее корректирующее или предупреждающее решение.

Но схема, приведенная на рис.2, только самая обобщенная схема, она никак не отражает структуру предприятия, стратегию структурных подразделений. На рисунке 3 приведена структурная схема системы стратегического управления подразделением предприятия.

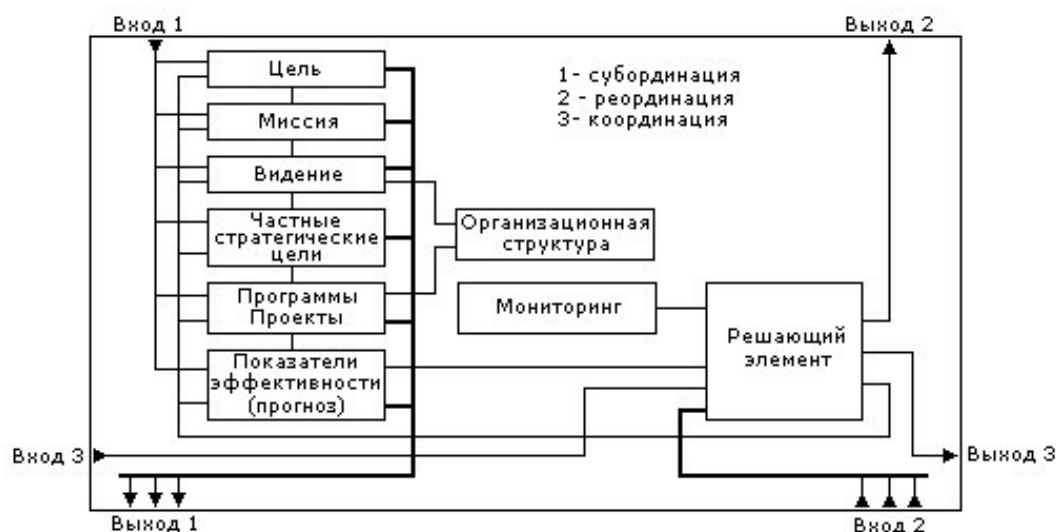


Рис. 3. Структурная схема системы стратегического управления подразделением предприятия

Приведенная схема с незначительными вариациями работает на всех уровнях иерархии и во всех типах организационных структур.

В структуре самого верхнего уровня иерархии (руководителя предприятия) Вход 1 и Выход 2 будут идти на собственников, акционеров и т.д., а если руководитель является собственником, то Входа 1 и Выхода 2 не будет.

Структура самого нижнего уровня иерархии (конкретных работников) не будет иметь Выхода 1 и Входа 2, но она будет включать реализацию проектов-программ аналогично схеме рис.1.

В матричных организационных структурах у функциональных подразделений Выход 1 и Вход 2 будут идти по горизонтальным связям на соответствующие линейные подразделения, они будут частично задавать стратегию линейных подразделений в рамках своих полномочий.

Таким образом, складывается полная иерархическая структура системы стратегического управления.

Вышестоящие уровни управления могут задавать цель, миссию, видение, стратегические цели, программы и проекты, а также показатели (субординация). В матричных организационных структурах отдельные аспекты видения, стратегических целей, проектов, показателей могут задавать (в рамках своих полномочий) функциональные подразделения.

Однако не всегда исполнение команды начинается немедленно и точно. В отличие от автоматических систем любая разумная система обладает разумом, и команда предварительно «пропускается» через разум: оцениваются последствия, подбираются альтернативные варианты и т.д. Будут встречные выходы наверх (реординация) с вопросами и встречными предложениями. Причем причиной этого может быть даже просто несоответствие команды интересам подразделения или его руководителя.

Команда сверху может быть принята к исполнению без ее анализа в следующих случаях:

- Команда простая или типовая;
- Авторитет руководителя беспрекословен;
- Отсутствие у исполнителя информации для анализа команды;
- Команда не подлежит обсуждению в установленном порядке.

Но даже в этих случаях исполнителем все равно возможен анализ команды и соответственно потерянное время. Поэтому важен демократический стиль руководства, когда вопросы вначале обсуждаются с исполнителями, а потом уже принимается решение. Но это требует время на обсуждение. А авторитарный - возможен в отмеченных случаях и в критических ситуациях.

Еще более серьезно вопрос стоит в случае, если команда сверху отменяет цикл самоуправления подразделения по какому-то вопросу, вмешивается в полномочия подразделения.

Конечно, оптимальным будет вариант, если команды сверху будут согласованы с подразделением, а еще лучше - разработаны совместно.

Далее рассмотрим вопрос о точности передачи команд нижним уровням управления.

Здесь основная проблема в том, что любой руководитель имеет свою собственную цель, отличную в общем виде от цели, которая спускается ему директивно сверху. У него своя личная цель, свое личное видение стратегии достижения своей цели. Какую стратегию он будет проводить - спускаемую свыше или свою собственную? Вероятнее всего он адаптирует спускаемую свыше стратегию под свою собственную (или наоборот), и будет проводить в жизнь эту модифицированную стратегию. Так действуют на всех уровнях иерархии.

Здесь требуется, чтобы цель предприятия и личные цели руководителей структурных подразделений были максимально гармонизированы. Чтобы руководитель знал, что если он обеспечит достижение цели предприятия, будет проводить в жизнь стратегию предприятия, он обеспечит и свои личные цели.

Рассмотрим далее *варианты субординации-самоуправления в системе*.

В самом жестком варианте подразделение вообще не имеет никакого самоуправления, оно только осуществляет декомпозицию установок свыше на нижние уровни (субординация) и композицию отчетов с нижних уровней на верхний уровень (реординация). Эти отчеты содержат как данные исполнения проектов и программ, так и информацию об обнаруженных потенциальных угрозах и возможностях.

Но подразделению, например, могут задаваться только показатели по объему и конечным срокам, тогда установка и коррекция номенклатуры и внутренних сроков будет за подразделением, и оно может адаптировать их к текущей ситуации. Подразделение никак не может влиять на конечный результат своей деятельности, кроме как обращения на верхний уровень иерархии, и так вплоть до руководителя предприятия, который просто будет завален реординационным потоком. Тут и родилась, вероятно, аксиома «инициатива наказуема» и принцип «не высывайся». Оплата – оклад и небольшая премия по итогам выполнения спущенных планов и исполнительской дисциплине.

Рассмотрим другой предельный случай. Сверху задается только показатель прибыли. Можно ли «посадить» такое подразделение на оклад? Ответ также отрицательный. Тут уже у предприятия не будет никаких рычагов по повышению прибыльности подразделения, оно не будет заинтересовано в прибыли. А оно должно получать процент от прибыли.

Это два крайних случая: субординация – оклад и самоуправление – прибыль. Это бывает в крайних случаях, а практически в разных пропорциях всегда присутствует и субординация, и самоуправление. Причем, как правило, чем выше уровень иерархии, тем выше уровень самоуправления. Соответственно и оплата на уровне работников – 20-30% премий, на уровне топ-менеджеров – до 200-300% и выше.

Может ли крупное предприятие ввести жесткую субординацию и на верхнем уровне? Может, для этого надо только создать при руководстве отдел стратегического развития, который и будет определять стратегию подразделений верхнего уровня иерархии.

Практически нужно иметь и стратегическое подразделение определенного уровня, и определенную самостоятельность топ-менеджеров.

Рассмотрим далее горизонтальные связи (координация) Вход 3 и Выход 3, которые всегда, формально или неформально, присутствуют на любом предприятии.

Предположим, что подразделение занимается реализацией каких-либо продуктов. Оно увидело, что один из продуктов идет нарасхват, значит его выпуск нужно увеличить. Но для этого надо увеличить объем снабжения от соседнего подразделения. Классический выход - дать информацию на верхний уровень, дождаться решения и выполнять его. Но момент может быть упущен. Да и загрузка верхнего уровня возрастает. Если есть соответствующие полномочия, можно просто договориться с отделом снабжения, принять соответствующее решение и повысить выпуск выгодного продукта. Т.е., адаптивность предприятия в этом случае значительно возрастает.

Но управляемость падает. Руководители могут подумать, а зачем нам вообще высший руководитель, мы и без него хорошо справляемся. Но у высшего руководства свои стратегические планы, например, вывод на рынок и раскрутка нового перспективного изделия-«проблемы», которого оно собирается превратить в «звезду», которое на первых порах не будет давать эффекта и снизит показатели подразделений, а они, при наличии свободы действий, будут тормозить планы высшего руководства.

Вообще, чем выше уровень управления, тем выше приоритет дальних планов, чем ниже уровень управления, тем выше приоритет ближних планов.

Т.е. горизонтальные связи эффективны при динамичном рынке, но, при этом, надо стремиться к сохранению управляемости.

Горизонтальные связи во многом определяют организационную структуру. Если они неформальные – структура линейная. Если они рекомендательные – структура линейно-функциональная. Если они директивные – структура матричная.

Рассмотрим систему управления с другой точки зрения, с содержательной. Какая цель ставится перед структурным подразделением, каков результат его деятельности?

Адам Смит в своем трактате «Богатства народов» в знаменитой главе «О разделении труда» определил разделение труда как важнейший двигатель экономического прогресса. При этом структурным подразделениям предприятия поручается выполнение только отдельных функций которым они обучены, выполняют их самым эффективным образом, с наименьшими затратами.

Однако это приводит не только к снижению себестоимости продукции, но и к ряду не всегда желательных последствий.

Структурные подразделения стали получать сверху десятки программ работ и проектов, при этом:

- Каждое подразделение отвечает за качество только своей операции, а не за качество изделия в целом, что приводит к снижению качества продукции;
- Каждое подразделение отвечает за выполнение совокупности своих планов, а не за план по конкретному продукту, что снижает сроки вывода продукции на рынок;
- Если продукт не пользуется спросом, трудно найти причины и выработать дальнейшую стратегию: разработчики валят на производство и продвижение, и т.д.

И уже в начале прошлого века крупные предприятия с диверсификацией продукции столкнулись со многими проблемами.

Рассмотрим стратегию таких подразделений.

- ✓ Цель – выполнение спускаемых сверху планов.
- ✓ Миссия – удовлетворение потребностей следующего в цепочке подразделения.
- ✓ Видение – компоненты продукции, не всегда даже понятно какой; поочередное выполнение заданных технологических операций.
- ✓ Программы и проекты регулярно спускаются сверху.
- ✓ Стратегические цели – сроки программ и проектов.
- ✓ Показатели спускаются сверху.
- ✓ Горизонтальные связи существенные. Как известно, все рвется на стыках, при передаче продукта из подразделения в подразделение, что приводит к потоку вопросов наверх (реординация).

Очевидно, что такие цели и идеалы мало что значат в мотивации подразделения. Основная задача – выполнить план и получить положенную зарплату.

Положение, и в части качества, и в части мотивации, может кардинально измениться только, если каждое структурное подразделение будет выпускать свой собственный продукт со всеми его операциями и функциями.

Именно к такому выводу в прошлом веке и пришли крупные предприятия с диверсификацией продукции.

Стратегическое управление – это, как видно, большой объем работ планируемых как на относительно небольшие сроки, так и на очень длительные. Причем, управление осуществляется постоянно, по мере изменения внутренней и внешней обстановки предприятия. Приходится корректировать не только программы и проекты, но и стратегические цели, видение, а, в некоторых случаях, даже миссию и цель предприятия.

Важно знать ранее принятые политики, какие работы проводились для принятия решения. Только это позволит принять оптимальное в новых условиях решение. Таким образом, необходимо документировать ход стратегического управления на всех уровнях иерархии. Документирование дисциплинирует и повышает ответственность, повышает эффективность стратегии предприятия. Документирование стратегии – это просто документирование стратегии предприятия в целом и документирование стратегии каждого структурного подразделения, возможно, даже каждого работника. Для каждой структурной единицы надо зафиксировать элементы стратегии, директивно спускаемые сверху, и элементы, которые эта единица может определять сама (самоуправление). А также определить элементы стратегии, которые эта единица будет задавать другим структурным единицам. Это полностью и однозначно определит и организационную структуру управления.

ВЫВОДЫ:

Система стратегического управления – это система управления, имеющая несколько цепей обратной связи, имеющая цепи обратной связи, как на оперативном уровне, так и на стратегическом. Система управления, анализирующая и контролирующая как оперативные показатели программ, так и частные стратегические цели, так и конечную цель организации. Система, проводящая необходимые коррекции (управление) для достижения поставленной цели.

В результате проведенных исследований:

1. Предложено определение системы стратегического управления;
2. Приведена обобщенная схема системы стратегического управления, обобщенная структурная схема стратегии предприятия и структурная схема стратегии подразделения предприятия, работающая на всех уровнях иерархии предприятия и во всех типах организационных структур. На основании приведенных схем проведен анализ различных аспектов деятельности предприятия;
3. Рассмотрены варианты субординации-самоуправления в системе и изложено документирование стратегии.

Литература:

1. Chandler A.D. Strategy and Structure: A Chapter in the History of Industrial Enterprises. Cambridge, Mass, MIT Press, 1962, 463.
2. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. - М.: Издательский дом Вильямс, 2004г. 432 с.
3. Куинн Дж. Б. Стратегия перемен. // В книге: Минцберг Г., Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс. - СПб.: Питер, 2001. - 688 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление.- М.: Гардарики, изд. 2, 1998. - 296 с.
5. Томпсон Артур А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент. - М.: Вильямс, 2006, — 928 с.

ГЕНДЕРНОЕ ЛИДЕРСТВО В ОРГАНАХ СТУДЕНЧЕСКОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Бабенко Е.Н., асс.,

Полтавский университет экономики и торговли, Украина

The question of gender aspects of leadership in student government. An attempt was made to compare the characteristics of the leaders of the male and female student government.

Key words: *gender, gender-based leadership, student government, student government leader.*

Студенческое самоуправление в вузах Украины сегодня перешло от становления к стабилизации. Организации студенческого самоуправления получили четко определенный нормативно - правовой статус и выполняют свои функции в соответствии с Законом Украины о высшем образовании от 17 января 2002 г. (с изменениями и дополнениями) [5] и «Примерным положением об органах студенческого самоуправления высшего учебного заведения», утвержденным Министерством образования и науки Украины № 1010 от 15.11.2007 г.[6]. Организации студенческого самоуправления, перейдя на высшую ступень своего развития, более активно задаются вопросами лидерства и его гендерных аспектов.

Гендер - это не просто пол (от англ. «Gender» - «пол»), половая роль а пол - как продукт культуры, социальная роль [2, 152]. В психологии «гендер» определяют как социально-биологическую характеристику, с помощью которой люди дают определение понятиям «мужчина»и«женщина».

Поскольку пол (sex) является биологической категорией, социальные психологи часто ссылаются на ту гендерную разницу, которая охарактеризована биологически как «половая» [3, с. 11].

Вопрос гендерного лидерства, согласно гендерной принадлежности, в начале XX века исследовали западноевропейский ученый З.Фрейд [7] и американская психолог Карен Хорни [8].

В работе З.Фрейда «Женственность» женщины изображены, как те, что завидуют мужской анатомии, пассивные, подчиненные. А мужчины, наоборот, активны, стремятся к власти и контролю над миром [7].

Оппонируя утверждению З. Фрейда, Карен Хорни в работе «Женская психология» утверждала, что мужчины, наоборот, завидуют женщинам, потому что не имеют возможности рожать детей [8]. Дискуссия по этому поводу могла продолжаться еще долгое время, если бы общество не сделало такого колоссального шага вперед в своем развитии и не поставило в рамки определенного социального равенства роли мужчин и женщин. В связи с этим ученые начали интересоваться, в первую очередь, особенностями, которые характеризовали мужчин и женщин при выполнении ими одинаковых социальных функций, ролей, в том числе и лидерских. В последнее время наиболее активно над этой проблематикой работает Берн Шон Меган. В своей работе „Гендерная психология (Секреты психологии)” она дала довольно удачный ответ на вопросы, которые изначально беспокоят человечество: «Кто и в чем способнее: мужчины или женщины?» и «Какие ограничения наложены традиционными ролями на мужчин и женщин?» [3, с. 104, 139, 219].

На постсоветском пространстве наиболее значительные успехи в исследовании этой проблематики у доктора психологии Т.В. Бендас. В ее работах «Гендерная психология» и «Психология лидерства» не только глубоко исследуются вопросы гендерных различий в лидерстве, но и определяются перспективные направления соответствующих научных поисков: кто становится лидером и чем отличаются мужчины-лидеры от лидеров – женщин [2].

По нашему мнению, к их числу относится и изучение гендерных аспектов лидерства в органах студенческого самоуправления. Тем более, что в контексте выполнения ими управленческих функций, этот аспект лидерства не исследовался.

В связи с этим целью данной работы является установление зависимости проявления лидерских качеств студентов с их избранием на роль руководителей органов студенческого самоуправления, согласно гендерной принадлежности.

Можно предположить, что активность представительниц женского пола и проявление лидерских качеств личности во время работы в общественных организациях вызвано динамикой развития современного окружающего мира. Так, И.С.Кон отмечает следующие черты современности:

- радикальное разрушение традиционной половой стратификации;
- ослабление половых различий в поведении (в результате совместного обучения и труда);
- переход во взаимоотношениях между мужчинами и женщинами от иерархического подчиненности к равноправию;
- изменение культурных стереотипов маскулинности-фемининности [4].

Согласно такому предположению, можно говорить о том, что представительницы женского пола активно проявляют свои способности в работе в органах студенческого самоуправления, даже с большей заинтересованностью, чем мужчины. В результате, активная женщина - лидер проявляет «мужские» черты характера, харизматичность, целеустремленность, действует на результат и в конце концов, в дальнейшей своей деятельности занимает лидирующие позиции в органах студенческого самоуправления.

Необходимо учесть также взгляды современных исследователей лидерства. Так, в частности, Фред Фидлер считал, что если менеджер различает своих подчиненных (лучшего и худшего) по личностным характеристикам, то это признак ориентации на взаимоотношения. Если же нет - ориентация на задачу. Соответственно - первое более свойственно женщинам, а второе - мужчинам. Это совпадает с современным определением полового различия [10, с.180].

И именно половое различие является одним из важных показателей при формировании команды в органах студенческого самоуправления и выборе лидера организации. Так, имея дружный коллектив, в котором лидером (руководителем) является мужчина, получаем команду, которая будет направлять свои усилия на достижение результата путем ориентации на задачу. В противоположном случае, когда коллектив студенческого самоуправления возглавляет женщина, мы говорим об организации, которая достигает своих целей путем ориентации на взаимоотношения.

Руководители органов студенческого самоуправления яркий пример тех лидеров, которые очень точно подпадают под концепцию токенизма, предложенную Розабет Кентер [11, с. 34]. В концепции утверждается, что на групповую динамику влияет пропорция представителей различных культурных категорий в группе в том числе гендерная принадлежность. В асимметричной группе ее члены, которые составляют большинство по

любому из признаков, называются доминантами, а те, чье количество только символическое, токенами (символами). В связи с тем, что токены из-за своей мало численности более заметны в коллективе, их характеристики преувеличиваются в отношении к доминантным членам группы.

Женщины в современном деловом мире выступают чаще токенами, нежели доминантами. Именно в связи с этим и разное восприятие мужчин и женщин в различных организациях [11, с. 34-35].

Розабет Кентер выделяет четыре неформальные роли женщин - токенов:

1. «мать» - от нее ожидают эмоциональной поддержки, а не деловой активности;
2. «соблазнительница» - здесь токен выступает лишь сексуальным объектом мужчин с высоким должностным статусом в организации и вызывает непонимание у коллег-мужчин;
3. «Игрушка, талисман» - симпатичная, но не деловая женщина, которая приносит удачу;
4. «Железная леди» - этих токенов наделяют не женской жесткостью, и они особенно изолированы от группы [11, с. 35].

Все выше перечисленные роли мешают женщинам занять положение равных доминант в группе, занижают возможности их служебного роста и изменить это состояние возможно лишь, увеличив их численность в организациях [11, с.35].

Быть женщиной-лидером студенческого самоуправления, это значит нести ответственность за представительские действия от имени студентов вуза непосредственно перед, студенческой аудиторией и общественностью педагогического коллектива, администрацией учебного заведения и разного рода организациями, с которыми сотрудничают органы студенческого самоуправления.

Совсем по-другому действуют мужчины-лидеры студенческого самоуправления. Они подпадают под теорию социальных ролей Игли [9, с.128]. Автор теории утверждает, что гендерные стереотипы проявляются в различии ролей, которые занимают мужчины и женщины. Распределение полов по разным социальным ролям приводит к некоторым социальным нормам, согласно которым мужчины и женщины ведут себя определенным образом. Считается, что женщины в коллективе более чувствительны, экспрессивнее и эмоциональнее, а поведение мужчин - более мужественнее, независимее, упорнее [9, с.130].

Так, по нашему мнению, мужчины-лидеры органов студенческого самоуправления четко действуют согласно теории Игли. Эта теория объясняет разницу в поведении лидеров. Гендерная роль требует, чтобы человек вел себя в соответствии с гендерными стереотипами. С другой стороны роль лидера также выдвигает свои требования к индивиду. И поскольку, согласно стереотипам, эта роль является маскулинной, женщины-лидеры будут испытывать конфликт между гендерной и лидерской ролями. Негативное отношение к женщине лидеру может вызвать у них занижение самооценки, неуверенность в себе, и соответственно, снижение уровня работы. И хотя компетентные женщины могут преодолеть эти трудности, мужчины получают преимущество при сравнении их с женщинами в роли лидера, так как для них подобных препятствий не существует.

Поэтому в организациях, которые возглавляет мужчина, решения принимаются быстрее, чем когда организацию студенческого самоуправления возглавляет женщина. Мужчина, который возглавил студенческую организацию, настойчивее относится к решению поставленных целей, принимает решения независимо от амбиций коллектива, всегда направляет свои действия на достижение результата, формирует коллектив согласно

знаниям и навыкам представителей организации, а не соответственно своим собственным дружеским симпатиям.

Так кто же лучший лидер студенческого самоуправления: мужчина или женщина? На сегодня многие ведущие ученые ищут ответ на вопрос гендерного лидерства, дискуссия продолжается и поныне. Можно предположить, что женщина-лидер в студенческой организации не исключение из правил, а закономерность.

По нашему мнению, лидеры-мужчины в силу, именно гендерных стереотипов более широко представлены как руководители органов студенческого самоуправления, но это не исключает факта руководства студенческими организациями женщинами.

Проанализировав все вышесказанное, можно сделать вывод, что женщина в обществе может занимать не только лидерские позиции, которые являются топовыми на местном уровне, но иметь веские лидерские должности на общенациональном уровне, однако, этот факт скорее будет исключением из правил, нежели распространенной практикой. Возможно весомым фактором при этом является то, что образ женщины в обществе связан с семьей, семейным уютом, а мужчинам отведена роль уверенных защитников, которые отстаивают интересы семьи в обществе. Но не стоит на этом акцентировать все свое внимание. Ведь лидерство давно стало процессом равноправия. И не важно, мужчина является лидером организации студенческого самоуправления или женщина, главное, чтобы коллектив был дружным, обязанности, стоящие перед ним добросовестно исполнялись, а в организации всегда царил порядок и согласие. Только в такой ситуации мы можем утверждать, что органы студенческого самоуправления будут действенными и конкурентоспособными в любой ситуации, решение такой организации будут приносить пользу студентам.

Литература:

1. Бендас Т.В. Гендерная психология: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2006. – (Серия «Учебное пособие»), 431 с.
2. Бендас Т.В. Психология лидерства: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009 – (Серия «Учебное пособие»), 447 с.
3. Берн, Шон Меган, Гендерная психология. (Секреты психологии)/ Пер. с англ. ISBN 5-469-01-286-7 – СПб.: прайм – Еврознак, 2001, 320 с.
4. Кон, И.С. Введение в сексологию– 2-е изд., доп. – М.: Медицина, 1989 . – 336 с. – На рус. яз. – ISBN 5-225-00129-7, 336 с.
5. О высшем образовании [Электронный ресурс]: Закон Украины от 17 января 2002 г. №2984-III с изменениями от 19 января 2010 р. – Режим доступа: http://www.osvita.org.ua/pravo/law_05/
6. Примерное положение об органах студенческого самоуправления в высших учебных заведениях Украины от 15.11.2007 г. № 1010, 8 с.
7. Фрейд З. Женственность // Сновидения: Избранные лекции. М.: Водoley, 1991. С.158-180.
8. Хорни К. Женская психология/ На рус. яз. – ISBN 978-5-4237-0239-7 - СПб.: Вост.-Европ. Ин-т психоанализа, 1993, 222 с.
9. Eagly A. H., Karan S. J., Makhijani M. G. Gender and effectiveness of leaders: A meta-analysis // Psychol. Bull. 1995. V. 117. N 1. P. 125 – 145.
10. Fiedler F.E. Leadership and leadership effectiveness traits a reconceptualization of the leadership trait problem / Leadership and interpersonal behavior / Petruccio L., Bass B.N. (eds) Y.:Holt a.c.1961. P. 179-186.
11. Kanter R. M. Men and woman of the corporation. – New York: Basic books, 1977, 158 p.

CUPRINS

SECȚIUNEA I MODELUL COOPERATIST: OPORTUNITĂȚI ÎN CONTEXTUL EVOLUȚIILOR CONTEMPORANE

ȘAVGA Larisa

UNIVERSITATEA COOPERATIST-COMERCIALĂ DIN
MOLDOVA –20 DE ANI DE ASCENSIUNE.....3

STRATAN Alexandru, ROJCO Anatolie, FALA Alexandru

PERSPECTIVELE ȘI PROVOCĂRILE PE TERMEN MEDIU PENTRU
PROCESUL CREȘTERII ECONOMICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA.....10

НЕСТУЛЯ А. А.

ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В ИССЛЕДОВАНИЯХ
ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX В.....16

АПОПИЙ В.В.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА
НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....24

КАПШТЫК А.И.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛАРУСИ.....30

TUHARI Tudor

CONTABILITATEA ANALITICĂ ȘI CONTROLUL INTERN PRIVIND
CHELTUIELILE DIN COMERȚ ȘI COOPERAȚIA DE CONSUM.....33

MELINTE Claudia, GRAUR Elena, COSNICEAN Irina, SMOLEVSCAIA Mariana

ASPECTE ALE EVOLUȚIEI ACTIVITĂȚII DE ACHIZIȚIONARE – PROCESARE
ÎN COOPERAȚIA DE CONSUM A REPUBLICII MOLDOVA.....43

КАРПЕНКО О.В.

РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....47

КАРЦЕВА В.В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ
СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЛИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ50

FLOCEA Ruslan

REGLEMENTAREA COOPERĂRII INTERNAȚIONALE
FINANCIARE NEINSTITUȚIONALIZATE.....55

КРИВОРУЧКО О. С.

ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ УКРАИНЫ63

SECȚIUNEA II
STRATEGII DE CONSOLIDARE A COMPETITIVITĂȚII
ORGANIZAȚIONALE

PETROVICI Sergiu

ANALIZA ASIGURĂRII CU INFORMAȚII A ÎNȚREPRINDERILOR
 DE COMERȚ ȘI ALIMENTAȚIE PUBLICĂ.....70

MALECA Ina, FULGA Viorica

PERFEȚIONAREA ANALIZEI ÎN SCOPUL EVALUĂRII OBIECTIVE
 A EFICIENȚEI ACTIVITĂȚII COMERCIALE.....76

PITUȘCAN Feodosie, MUȘTUC Svetlana, SITNICENCO Viorica

MODERNIZAREA INFRASTRUCTURII COMERCIALE, DIVERSIFICAREA
 CANALELOR DE DISTRIBUȚIE CA FACTORI AI EFICIENȚEI ACTIVITĂȚII
 UNITĂȚILOR COMERCIALE.....80

LEAHU Tudor

LOCUL, ROLUL ȘI PROBLEMELE REALIZĂRII INFORMATICE COMPLEXE
 INTEGRATE A PROCESĂRII INFORMAȚIILOR DE EVIDENȚĂ ECONOMICĂ.....87

POSTICĂ Maia, GRAUR Elena

CULTURA PLANIFICĂRII CARIEREI.....98

SAMOTEEVA Raisa, MUZA Bucaros

ETICA ÎN AFACERI: ASPECTE METODOLOGICE DE CERCETARE.....104

STĂNICĂ Cristian

MECANISMUL MODELĂRII BUGETARE ÎN MODELUL
 DE PROGRAMARE FINANCIARĂ.....109

GHERASIM Daniel

CALITATEA - COMPONENTĂ A STRATEGIILOR DE
 MARKETING ÎN DOMENIUL EDUCAȚIEI.....114

FLOCEA Ruslan

REGLEMENTAREA COOPERĂRII INTERNAȚIONALE
 FINANCIARE INSTITUȚIONALIZATE.....120

MILUN Toni, HORVATOVIĆ Marina, POSARIĆ Ivona

INFLUENCE OF SELECTED VARIABLES ON THE PRICE OF PETROLEUM
 PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF CROATIA.....124

GUȚAN Viorica

ASPECTE AFERENTE CONȚINUTULUI ȘI MODULUI DE
 CONTABILIZARE A VALORII ADĂUGATE.....132

PRODAN Djulieta

ASPECTE ALE GESTIUNII RESURSELOR UMANE
 ÎN ASOCIAȚIILE OBȘTEȘTI.....138

МЕТЕЛКИНА Жанна
АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В МОЛДОВЕ.....141

POPA Alina
CĂI DE PREFECȚIONARE A BAZEI INFORMAȚIONALE
PENTRU DETERMINAREA INDICATORILOR DE EFICIENȚĂ
A ENTITĂȚILOR COMERCIALE.....145

CHIRILOV Nelea
ASPECTE APLICATIVE ALE ANALIZEI REDUCERII CAPITALULUI
SOCIAL AL SOCIETĂȚII PE ACȚIUNI.....153

КАРПЕНКО Д.В.
УЧЁТ ДОХОДОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
УКРАИНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ.....157

ZETIA Vasile
PROBLEME CONCEPTUALE PRIVIND DETERMINAREA EFICACITĂȚII
ȘI EFICIENȚEI ÎN PROCESUL DE ADOPTARE A DECIZIILOR.....161

OGLINDĂ Lilia
IMPACTUL ÎNȚEPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII ASUPRA
CREȘTERII ECONOMICE: EXPERIENȚĂ INTERNAȚIONALĂ.....169

SECȚIUNEA III SECURITATEA ȘI DIVERSITATEA CONSUMULUI – FACTORI IMPORTANTI AI CALITĂȚII VIEȚII

КРИВОШЕЙ В. А.
РОССИЙСКИЙ КОНТЕКСТ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ.....175

MALECA Tudor
LEGITĂȚILE ȘI FORMELE DEZVOLTĂRII
SORTIMENTULUI DE MĂRFURI.....182

ARTIOMOV Laurenția
CONTROLUL BIOLÓGIC AL FUNGIILOR FITOPATOGENI ÎN CONTEXTUL
ASIGURĂRII INOCUITĂȚII PRODUSELOR HORTICOLE.....185

PURICI Ion
SIGURANȚA ALIMENTARĂ – NECESITATE ÎN
COMERCIALIZAREA PRODUSELOR ALIMENTARE.....190

MALECA Tudor, CHIHAJ Marcela
GRADUL DE MODIFICARE A UNOR INDICI BIOCHIMICI ÎN
FUNȚIE DE TEMPERATURA DE PĂSTRARE APLICATĂ.....193

СКРИПНИК В. А., ГЕРМАН Н.В., МОЛЧАНОВА Н.Ю. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕПЛОМАССОБМЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ ДВУСТОРОННЕМ ЖАРЕНИИ В ФУНКЦИОНАЛЬНО ЗАМКНУТЫХ ЁМКОСТЯХ.....	198
---	-----

TĂZLĂVAN Doina CONSIDERAȚII TEORETICE ȘI PRACTICE PRIVIND SPORIREA CALITĂȚII SERVICIILOR DE ALIMENTAȚIE PUBLICĂ.....	204
---	-----

CONDREA Elena PERSPECTIVELE ASIGURĂRII SECURITĂȚII ALIMENTARE A REPUBLICII MOLDOVA.....	210
--	-----

SECȚIUNEA IV CERCETAREA ȘI INOVAREA ÎN SUPTUL DEZVOLTĂRII DURABILE

FUIOR Elena, MAXIM Ion IDENTIFICAREA NIVELULUI OPTIM AL PRESIUNII FISCALE PENTRU DEȚINĂTORII PATENTEI DE ÎNTREPRINZĂTOR.....	219
---	-----

GANEA Victoria, DEMIDEȚCHI Diana MECANISMUL ECONOMIC AL ACTIVITĂȚII DE INOVARE.....	231
---	-----

MUNTEANU Ștefan CONTRIBUȚIA LUI MIHAI EMINESCU LA FILOSOFIA DREPTULUI.....	237
--	-----

PĂDUREAN Elena, PĂDUREAN Alexandru FISCALITATEA ROMÂNIEI ÎN CONTEXTUL EUROPEAN	245
--	-----

DINGA Emil ECHIVALENȚA RICARDIANĂ ȘI „URMA” FISCALITĂȚII ÎN COMPORTAMENTUL ECONOMIC.....	249
---	-----

АНИСЯН Грайр КОНЦЕПЦИИ ПРИБЫЛИ И ИХ СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА	260
--	-----

BULJAN BARBAČA Domagoja, PIPLICA Damir IMPLICATIONS OF TAX REGULATIONS ON SUCCESS OF THE PROCES OF GOUVERNING PERSONAL FINANCES.....	271
---	-----

LEONIDA Ionel ASPECTE PRIVIND COMBATAREA COMPORTAMENTULUI DE NECONFORMARE FISCALĂ PRIN MODALITĂȚI DE EFICIENTIZARE A INTERACȚIUNII DINTRE AUTORITĂȚILE FISCALE ȘI CONTRIBUABILI.....	281
--	-----

HRISTO Rashkov Mavrudiev CREATING THE SYSTEM FOR PUBLIC OVERSIGHT AND REGULATION OF AUDIT.....	286
---	-----

НЕСТУЛЯ С.И.
ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
СОВРЕМЕННЫХ ЛИДЕРОВ.....289

CROITORU Aliona
DEZVOLTAREA INSTRUMENTARULUI INOVAȚIONAL DE GESTIUNE
CA SUPT AL CREȘTERII COMPETITIVITĂȚII BĂNCILOR COMERCIALE.....295

MÎRZA Sergiu
PARTICULARITĂȚILE CERCETĂRIILOR DE
MARKETING ÎN AGRICULTURĂ.....302

ANTON Lia
CONTRIBUȚIA ȚĂRILOR CU ECONOMII EMERGENTE LA
EVOLUȚIA PIB MONDIAL.....310

PLATON Ion
SINTEZA CONCEPTUALĂ A PĂDURII CA OBIECT
AL EVALUĂRII ECONOMICE.....316

SECȚIUNEA V ÎNVĂȚĂMÂNTUL INTERDISCIPLINAR, CERCETAREA ȘI COOPERAREA ÎN SOCIETATEA CUNOAȘTERII

ПЕВЦОВА Елена
ФУНКЦИИ ПРАВОСОЗНАНИЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ.....321

MUSTEAȚĂ Simion
FINALITATEA FORMĂRII PROFESIONALE A
STUDENȚILOR – ABORDARE PRIN COMPETENȚE.....329

NIȚĂ Nelu
RESPONSABILITATEA SOCIALĂ – NOUA PARADIGMĂ A UNOR
INSTITUȚII PUBLICE MODERNE.....335

CIUMARA Tudor
ABORDĂRI LOCALE ALE EDUCAȚIEI FINANCIARE.....341

SCUTELNICIUC Valentina
PROBLEME DE LEXICOGRAFIE APLICATĂ.....346

MAȚCAN Rodica
REFLECȚII PRIVITOR LA DICȚIONARELE BILINGVE DE AFACERI.....352

GUȚU Svetlana, GUȚU Alexandrin
PRINCIPII DE EFICIENTIZARE A COMUNICĂRII STUDENȚILOR ECONOMIȘTI.....355

CRĂCIUN Grigore
EVALUAREA PREGĂTIRII TEHNICE ÎN JOCURILE SPORTIVE:
STUDIU COMPARATIV AL STUDENȚILOR ȘI ABSOLVENȚILOR
INSTITUȚIILOR FĂRĂ PROFIL SPORTIV.....359

CRĂCIUN Grigore, BERLINSCHII Iurii, PALAMARCIUC Lilia SISTEMELE DE POLISPAST CA MIJLOC EFICIENT ÎN TURISM.....	362
CĂPĂȚÎNĂ Sofia SEMNIFICAȚIA STRATEGIEI ÎN ÎNVĂȚĂMÂNTUL FORMATIV.....	369
BĂLĂCEANU Cristina, APOSTOL Diana Mihaela, PENU Daniela, PĂDUREANU Elena STIL DE VIAȚĂ ȘI ECO - EFICIENȚĂ ÎN ERA INFORMAȚIONALĂ	373
АЛЕКСЕЕВ К. А. ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТИТУТ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ АДАПТАЦИИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ НОВОЙ ЕВРОПЕЙСКОЙ ОБЩНОСТИ.....	379
БАРАНОВ Елена СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА.....	383
БАБЕНКО Е. Н. ГЕНДЕРНОЕ ЛИДЕРСТВО В ОРГАНАХ СТУДЕНЧЕСКОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.....	392

**ANALELE ȘTIINȚIFICE
ALE UNIVERSITĂȚII COOPERATIST-COMERCIALE
DIN MOLDOVA
Volumul al XII-lea**

Semnată pentru tipar la 06.12.2011. Format A4, coli de tipar 50.
Tirajul 100 exemplare, comanda nr. 55/13

Editor: Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova, MD 2001,
mun. Chișinău, bd. Gagarin, 8

Tipărită la rizograful tipografiei UCCM, MD 2001,
mun. Chișinău, bd. Gagarin, 8