



**„PRO BUSINESS TOGETHER:
TENDINȚE, PROVOCĂRI, SOLUȚII”
ediția a IV-a, 23 noiembrie 2023**

*CONFERINȚA ȘTIINȚIFICO-PRACTICĂ ONLINE PENTRU ELEVI ȘI CADRE
DIDACTICE DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL PROFESIONAL TEHNIC*

Chișinău, 2024

COMITET ORGANIZATORIC:

BUGENKO Galina – gr. didactic superior, master în management

ȘAPTEFRAȚI Aliona – gr. didactic I, master în economie

BOTEZATU Angela – gr. didactic superior, doctor în științe economice

ȘARGO Aliona – gr. didactic superior, doctor în științe economice

DARII Svetlana – gr. didactic II, master în științe ale educației

PROGRAMUL CONFERINȚEI

12:00 – 12:10 – Înregistrarea participanților

12:10 – 12:25 – Cuvânt de salut, deschiderea conferinței

12:25 – 13:15 – Prezentarea lucrărilor conferinței pe secțiuni

13:15 – 13:30 – Pauză

13:30 – 14:10 – Prezentarea lucrărilor conferinței pe secțiuni

14:10 – 14:30 – Încheierea conferinței. Concluzii și recomandări

SECȚIUNILE

Secțiune	Moderator
Secțiunea I. https://meet.google.com/eum-tfai-ssr	Șargo Aliona
Secțiunea II. https://meet.google.com/rng-bomw-fkv	Șaptefrați Aliona
Secțiunea III. https://meet.google.com/qgb-ymor-jkz	Bugenko Galina
Secțiunea IV. https://meet.google.com/goh-gdvr-zto	Moroga Maxim
Secțiunea V. https://meet.google.com/zvd-rcrr-cwx	Darii Svetlana
Secțiunea VI. https://meet.google.com/frs-wcmy-pjk	Botezatu Angela
Secțiunea VII. https://meet.google.com/rkn-nmev-mfi	Deliu Natalia
Secțiunea VIII. https://meet.google.com/trn-iycy-sxy	Cebanu Ion

SESIUNE ÎN PLEN <https://meet.google.com/qgb-ymor-jkz>

OBIECTIVELE CONFERINȚEI:

- Analiza sectorului micului business ca promotor al inițiativelor inovatoare;
- Elucidarea contextelor de dezvoltare a sectorului IMM ca catalizator al creșterii economice;
- Argumentarea rolului digitalizării afacerilor în contextual pandemic;
- Dezvoltarea abilităților de cercetarea științifică și inovare ale cadrelor didactice și ale elevilor.

Articolele din volum reprezintă punctele de vedere ale autorilor, care își asumă răspunderea integral pentru conținutul și forma prezentării.

CUPRINS

POTENȚIALUL MONEDELOR DIGITALE DE A CREA INCLUZIUNE FINANCIARĂ ȘI PROMOVAREA CREȘTERII ECONOMICE ECHILIBRATE	7
30 DE ANI DE CIRCULAȚIE A LEULUI MOLDOVENESC ȘI VALORIFICAREA MONEDEI NAȚIONALE PRIN INDICATORI ECONOMICI	11
IMPACTUL INOVAȚIILOR ASUPRA DEZVOLTĂRII SECTORULUI IMM-URILOR.....	15
IMPLEMENTAREA IDEILOR INOVATIVE ÎN CREȘTEREA MICULUI BUSINESS – OPORTUNITĂȚI ȘI RISCURI.....	19
EVOLUȚIA ȘI IMPACTUL PARCULUI IT DIN REPUBLICA MOLDOVA.....	23
PROMOVAREA INTERNAȚIONALĂ A IMM-URILOR DIN INDUSTRIA VITIVINICOLĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA	27
ABORDAREA DE MARKETING INTEGRAT ÎN CADRUL FIRMEI	31
PLANIFICAREA STRATEGICĂ A RESURSELOR ȘI ACTIVITĂȚII COMPANIILOR DE ASIGURĂRI DIN REPUBLICA MOLDOVA.....	35
ANTREPRENORIATUL SOCIAL : PERSPECTIVE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA	39
ANTREPRENORIATUL SOCIAL - UN ALT FEL DE ANTREPRENORIAT	43
IMPORTANȚA RESPECTĂRII NORMELOR ETICE ÎN SOCIETATE	47
EDUCAȚIA ANTREPRENORIALĂ ÎN SPRIJINUL SECTORULUI ÎMM: RELEVANȚA PENTRU DEZVOLTAREA ECONOMICĂ	51
STARTUP 101 - ȘCOALA DE ANTREPRENORI	55
UTILITATEA CARDURILOR BANCARE ÎN CONTEXTUL EFICIENTIZĂRII PLĂȚILOR REALIZATE DE PERSOANELE JURIDICE	56
IMPACTUL RĂZBOIULUI DIN UCRAINA ASUPRA ECONOMIEI STATELOR MEMBRE ALE UNIUNII EUROPENE ȘI CONSECINȚELE LUI ASUPRA SIGURANȚEI ECONOMICE DIN REPUBLICA MOLDOVA	60
DEZVOLTAREA ANTRE-RENORIATULUI IN REPUBLICA MOLDOVA: TENDINȚE ȘI PERSPECTIVE	66
"EVOLUȚII MACROECONOMICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA"	69
DATORIA EXTERNĂ DE STAT LA ETAPA ACTUALĂ	73
DIVERSIFICAREA CA METODĂ DE REDUCERE A RISCULUI	77
METODE DE OPTIMIZARE A DECIZIILOR ÎN CONDIȚII DE RISC.....	81
CONTRIBUȚIA START-UP-URILOR ÎN DEZVOLATREA ECONOMICĂ A REPUBLICII MOLDOVA.....	85
ECONOMIA CONTEMPORANĂ ÎN VOCABULARUL	89
LIMBII ROMÂNE	89
COMUNICAREA EFICIENTĂ - CHEIA SPRE SUCCESUL PROFESIONAL	92
DEZVOLTAREA ECONOMIEI VERZI- OPORTUNITATE SAU NECESITATE?	96
REPUBLICA MOLDOVA ÎN PAS CU DIGITALIZAREA ÎMM.....	100

DIGITALIZAREA ANTREPRENORIATULUI-CHEIA SUCCESULUI ECONOMIC AL SECOLULUI XXI	104
FINANȚAREA START-UP-URILOR: SURSE ȘI STRATEGII	108
ANTREPRENORIAT ÎN ERA DIGITALĂ: COMERȚUL MEDICAL ONLINE	111
ENHANCING MOLDOVAN SMALL BUSINESSES THROUGH INNOVATIVE PROJECTS FOR SUSTAINABLE GROWTH.....	115
GESTIUNEA DECONTĂRIILOR PRIN INTERMEDIUL INSTRUMENTELOR DE PLATĂ FĂRĂ NUMERAR	119
MANAGEMENTUL CONFLICTELOR – INSTRUMENT PENTRU EFICIENȚA ORGANIZAȚIONALĂ	126
IMPORTANȚA DEZVOLTĂRII ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII PENTRU CREȘTEREA ECONOMIEI NAȚIONALE	131
DIGITALIZAREA SERVICIILOR BANCARE ȘI REPERCURSIUNEA ACESTORA ASUPRA SOCIETĂȚII ..	135
SPRIJINUL ȘI REZILIENȚA ANTREPRENORILOR MOLDOVENI ÎN ERA POST PANDEMICĂ	139
ÎNTREPRINDERILE MICI ȘI MIJLOCII – CATALIZATORUL CREȘTERII ECONOMICE A BUGETULUI DE STAT	142
IMPORTANȚA DIGITALIZĂRII ÎN CONTABILITATE	145
INSTRUMENTE NECESARE PENTRU IDENTIFICAREA ȘI PROTEJAREA AFACERII	149
INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ: PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI PENTRU VIITOR	153
AVANTAJELE ȘI DEZAVANTAJELE TURISMULUI ONLINE	157
STRATEGII DE MARKETING ÎN MEDIUL ONLINE ȘI INFLUENȚA COVID-19 ASUPRA DIGITALIZĂRII BUSINESSULUI.....	161
IMPACTUL COMERȚULUI ELECTRONIC ASUPRA DOMENIULUI DE AFACERI ÎN REPUBLICA MOLDOVA	165
IMPOZITE ȘI STIMULENTE PENTRU SECTORUL ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII	169
REGIMUL FISCAL AL PERSOANELOR FIZICE CE DESFĂȘOARĂ ACTIVITĂȚI INDEPENDENTE	173
DEFINIREA ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII	177
IMPORTANȚA ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII ÎN ECONOMIA DE PIAȚĂ	179
ASTĂZI ELEV, MÂINE ANTREPRENOR	183
SPOT VIDEO. PUBLICITATE ȘI MARKETING ÎN FIRMA DE EXERCİȚIU	185
ЦИФРОВИЗАЦИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ	189
TRANSFORMAREA DIGITALĂ A ÎMM: EVOLUȚIE ESENȚIALĂ ÎN ERA TEHNOLOGICĂ	193
TENDINȚELE ÎN FINANȚAREA ȘI INVESTIȚIILE ÎN AFACERI	197
EMITEREA CARDURILOR BANCARE ÎN REPUBLICA MOLDOVA. FACILITĂȚI ȘI DEZAVANTAJE ...	201
SITUAȚIA ACTUALĂ ECONOMICĂ A REPUBLICII MOLDOVA. CONSTRÂNGERI ȘI OPORTUNITĂȚI	204
IMPACTUL ECONOMIC AL AVANSĂRII TEHNOLOGIILOR DIGITALE ÎN SISTEMUL EDUCAȚIONAL	208
ROLUL BRANDURILOR COMERCIALE ȘI A BRANDINGULUI PERSONAL PENTRU ANTREPRENORI	211

ECONOMIA DIGITALĂ ȘI IMPORTANȚA INTEGRĂRII TEHNOLOGIEI ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII	214
EFICIENȚA UTILIZĂRII APLICAȚIEI LIVRESQ.COM ÎN PREDAREA DISCIPLINEI ECONOMICE	219
LIDERUL CHARISMATIC.....	223
GREENBUILD: MATERIALE SUSTENABILE PENTRU VIITORUL CONSTRUCȚIILOR	227
ARGUMENTAREA ROLULUI DIGITALIZĂRII AFACERILOR ÎN CONTEXTUL PANDEMIC	229
ANATOMIA BANILOR: CELE 5 CARACTERISTICI ESENȚIALE ALE ACESTORA	233
FORȚA DE MUNCĂ ȘI DINAMICA SALARIZĂRII ÎN REPUBLICA MOLDOVA	237
STRATEGII DE DEZVOLTARE A TURISMULUI ÎN BUCOVINA.....	241
FENOMENUL DIGITALIZĂRII INDUSTRIEI OSPITALITĂȚII ÎN PERIOADA PANDEMICĂ, PRIN PRISMA NORME LEGALE	243
TELEMUNCA ȘI IMPACTUL PANDEMIC ÎN AFACERI ÎN CONFORMITATE CU NORMELE LEGALE ..	246
IMPACTUL INTELIGENȚEI ARTIFICIALE ÎN DEZVOLTAREA ENTITĂȚILOR ECONOMICE	249
RESPONSABILITATEA SOCIALĂ: MOFT SAU NECESITATE?	253
IMPLEMENTAREA IDEILOR INOVATIVE ÎN CREȘTEREA MICULUI BUSINESS – OPORTUNITĂȚI ȘI RISCURI.....	257
ANALIZA PERFORMANȚELOR RESURSELOR UMANE ÎN CADRUL	261
ENTITĂȚII MUNICIPALE GOSPODĂRIA COMUNAL LOCATIVĂ CAHUL.....	261
ROLUL DIGITALIZĂRII SECTORULUI HORECA ÎN PERIOADA PANDEMICĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA	265
GESTIUNEA CREANȚELOR ȘI A DATORIILOR CURENTE LA O ÎNTREPRINDERE	269

POTENȚIALUL MONEDELOR DIGITALE DE A CREA INCLUZIUNE FINANCIARĂ ȘI PROMOVAREA CREȘTERII ECONOMICE ECHILIBRATE

Lia POPOVICI¹ grad didactic superior, **Snejana JITARI**² gr. CON 211,
Cristian POPOVICI³ gr. CON 211

¹ Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Pentru Rareș, MD-2005, Republica Moldova, Tel:
+37360228581; Email: liyapopovici@gmail.com

² Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Pentru Rareș, MD-2005, Republica Moldova, Tel:
+37368310536; Email: snejana.jitari@gmail.com

³ Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Pentru Rareș, MD-2005, Republica Moldova, Tel:
+37369898709; Email: cpopovici50@gmail.com

Abstract: Cryptocurrencies operate on the foundation of encrypted data, overseen and organized by a decentralized peer-to-peer network known as the blockchain. The widespread global adoption of the Internet and mobile phones has catalyzed the evolution of novel monetary and financial transaction forms. Digital currencies and electronic payments have been introduced to facilitate seamless and efficient financial transactions. Unlike traditional physical currency, cryptocurrencies are not governed or issued by any central authority, be it governments or financial institutions. The creation of cryptocurrencies involves intricate cryptographic algorithms, which are upheld and verified through a mining process. In this process, a network of computers or specialized hardware, such as application-specific integrated circuits, meticulously processes and validates the transactions.

Cuvinte-cheie: preț, finanțe, schimb, cumpărare, vânzare, marja, moneda, piața valutar, spread, Banca Centrală, Bitcoin, Bursa de valori.

Monedele digitale au devenit o temă centrală în discuțiile despre finanțele globale, inclusiv în contextul incluziunii financiare și al creșterii economice echilibrate. Într-o lume tot mai digitalizată, aceste instrumente financiare oferă promisiuni semnificative în ceea ce privește extinderea accesului la servicii financiare, creșterea economiei echilibrate și promovarea incluziunii financiare. Monedele digitale, cum ar fi Bitcoin și alte criptomonede, au început să aibă un impact tot mai semnificativ asupra economiei la nivel macroeconomic în ultimii ani. Ele oferă o serie de avantaje, care deschid noi oportunități atât țărilor dezvoltate, cât și țărilor care n-au avut sau nu au acces la monede digitale. Conform definiției propuse de Banca Centrală Europeană, moneda digitală este un mijloc de plată a cărui valoare nominală este înregistrată electronic pe un suport tehnic, ce poate fi utilizat pentru efectuarea plăților de către altcineva decât emitentul, fără a fi neapărat necesară existența unor conturi bancare, ci acționând ca un instrument de debit la purtător.[1] Una din monedele digitale, care este o inovație în domeniul financiar și deja pusă în circulație de guvernele unor țări este criptomoneda. Spre deosebire de banii în numerar, criptomoneda nu este tipărită, ea nu este înregistrată de banca națională a unei țări, iar tranzacțiile sunt înregistrate. Locul unde este înregistrată această informație se numește bloc, iar o mulțime de tranzacții formează Block-Chain. Anume de aceasta nu există o bancă Bitcoin. Iar prețul criptomonedei este determinat doar de cerere și ofertă pe piața valutară. Criptomonedele au provocat o revoluție financiară cu multe caracteristici și schimbări viitoare. Succesul Bitcoin-ului a dus la dezvoltarea multor monede alternative, care sunt numite Altcoins. Criptomoneda se folosește ca un instrument de tranzacții, sau ca un sursă de venit. Pentru a câștiga pe schimbarea prețului monedei criptomonede, este nevoie să cunoaștem factorii de influențare a prețului monedei criptomonede:

- utilizarea activelor digitale în tranzacțiile financiare reale;

- volumul de emisiune acestei monede;
- rata medie a tranzacției;
- noutăți și știri;
- anunțuri privind introducerea de noi reglementări duc adesea la mișcări bruște a prețurilor, sau anumite prevederi liderilor din domeniul criptovalutei.



Grafic 1. Evoluția prețului a criptovalutei Bitcoin pentru anul 2023

Bitcoin - este prima monedă descentralizată, care a apărut în 2009. Tranzacțiile se realizează conform principiului peer-to-peer, ceea ce înseamnă că tranzacția se trece de la utilizator direct la utilizator, fără participarea terților (statului, organelor de control, băncilor). Criptovaluta Bitcoin funcționează pe baza tehnologiei BlockChain, anume această este diferența principală de WebMoney. Sistemul BlockChain nu este atașat de active fizice, sau de alte FIAT valute.[2] Blockchain-urile sunt baze de date, care înregistrează informații despre tranzacții. În loc să fie stocate pe un server central ce poate fi accesat de toți utilizatorii, înregistrările de pe blockchain sunt stocate pe computerele utilizatorilor de peste tot din lume. Acest fapt face din blockchain o bază de date distribuită cu o arhitectură peer-to-peer. Un lanț de blocuri care conține informații și construit conform unei anumite scheme se numește blockchain. Un astfel de lanț de blocuri crește și îndeplinește funcția de distribuție, clasificarea bazei de date.

Cum introducerea criptomonedelor pot ajuta participanții economiei să stimuleze o creștere economică echilibrată?[3] Cetățenii unei țări sunt principala sursă de venit și sunt însuși statul. Astfel, ei vor avea acces 24/7 pentru a utiliza monedele digitale și nu vor fi restricționați de orele de funcționare ale instituțiilor financiare. De asemenea, cetățenii pot să investească în criptomonede ca o formă suplimentară de investiții, în speranța că valorile acestora se vor aprecia în timp, iar în consecință vor avea un venit în plus în cazul dacă vor obține profit. Un alt participant fundamental în procesul creșterii economice a unui stat sunt firmele. Astfel, ele vor dispune de un acces nelimitat la capital, deoarece criptomonedele și tehnologia blockchain pot deschide noi modalități de finanțare pentru start-up-uri și IMM prin intermediul ofertelor inițiale de monede (ICO) sau tokenizarea activelor. Firmele vor avea acces la piețe globale, ce facilitează comerțul internațional și pot ajunge la clienți din întreaga lume fără a se confrunța cu obstacolele ale schimbului valutar. Prin reducerea evaziunii fiscale prin intermediul monitorizării tranzacțiilor cu criptomonede, guvernele pot îmbunătăți colectarea de taxe și impozite, asigurându-se că cetățenii și firmele plătesc corect impozitele datorate. Mai mult, prin facilitarea tranzacțiilor internaționale cu ajutorul criptomonedelor, guvernele pot simplifica fluxurile de bani transfrontaliere, reducând costurile și barierele asociate

acestora. Astfel, monedele digitale pot contribui la o mai bună administrare fiscală și la dezvoltarea comerțului internațional, cu beneficii economice substanțiale pentru guverne.

Care țări deja utilizează criptomonedele? [4] Datorită avantajelor monedelor digitale, guvernele unor țări deja le pun în circulație. Un exemplu este Venezuela, care a trecut printr-o perioadă îndelungată de hiperinflație, fiind determinată de probleme socio-economice și politice. Adoptarea criptomonedelor a fost salvarea economiei venezuelene, deoarece acestea permit oamenilor să se angajeze în tranzacții peer-to-peer și să le folosească ca formă de plată. Guvernul a creat chiar și Bursa Descentralizată din Venezuela, unde se pot tranzacționa atât monede FIAT, cât și active digitale. Totodată, un alt stat care a fost afectat de o criză economică cruntă a fost Liban, unde inflația a paralizat economia și se situează acum la 253,55%. Din acest motiv încrederea în lira libaneză a dispărut, iar cetățenii s-au orientat către dolarul american ca alternativă și s-a dus la faptul că băncile au crescut rata de schimb dintre dolarul american și lira libaneză. Astfel, ei au ales să-și depoziteze economiile în bani digitali pentru a se proteja de deprecierea monedei. Pentru libanezi, criptomonedele sunt acum chiar mai sigure decât dolarul american. Exemplele acestor state demonstrează că datorită monedelor digitale oamenii au obținut mai mult control asupra banilor lor iar accesul la capital a devenit mai ușor.

Ce ar motiva țările să investească în crypto? [5] Aceste tendințe evidențiază nu doar statutul emergent al Bitcoin ca monedă a viitorului, ci și potențialul de expansiune al pieței criptovalutare în ansamblu. Creșterea anuală semnificativă de aproximativ 650% în cazul Bitcoin subliniază interesul crescând din partea investitorilor și a comunității financiare. Deși capitalizarea bursieră globală depășește 95 de trilioane de dolari, doar 1,5 trilioane de dolari sunt atribuite criptovalutelor, indicând o creștere potențială substanțială în viitorul apropiat. Această paradigmă ascendentă nu doar reflectă schimbările în evoluția monedei digitale, ci și sugerează oportunități în expansiunea și diversificarea pieței criptovalutare.

Cum criptomonedele pot promova o incluziune financiară a mai multor țări? [6] Intrarea pe piața criptomonedelor este una facilă, cum ar fi prin posesia unui smartphone cu acces la internet, în comparație cu serviciile bancare existente care necesită mai multe cerințe. Astfel persoanele care nu au acces la servicii bancare din cauza problemelor financiare sau poziționarea geografică nefavorabilă, pot utiliza criptomonedele. De exemplu, dacă cineva locuiește în Italia și dorește să trimită bani familiei sale din Republica Moldova, pot folosi o criptomonedă pentru a-i trimite direct în portofelul digital al membrului familiei lor, care este mai rapid și mai ieftin decât prin transferurile bancare. Pe lângă aceasta, introducerea criptomonedelor duce la un proces eficient de educație financiară a comunităților care au avut acces restrâns la servicii financiare, deoarece oamenii sunt stimulați să învețe despre gestionarea banilor și investiții. În multe părți ale lumii, sistemele bancare sunt de neîncredere sau inexistente, lăsând oamenii fără acces la servicii financiare esențiale, precum împrumuturi, conturi de economii și asigurări. Criptomonedele pot oferi aceste servicii prin intermediul aplicațiilor descentralizate, datorită rețelelor blockchain. Astfel, utilizatorii pot să obțină dobânzi pe criptomonede sau să facă un împrumut fără a avea nevoie de o bancă.

Care sunt riscurile legalizării criptomonedelor? [7] Criptomonedele sunt cunoscute pentru volatilitatea prețurilor extremă, ceea ce ar putea avea impact asupra economiei. Monedele digitale fiind descentralizate, guvernele și băncile pot întâmpina dificultăți și vor avea nevoie de resurse suficiente pentru a întocmi o legislație corespunzătoare care poate să asigure un mediu corect, stabil și sigur. Astfel, BNM a adoptat legea de interdicere a criptomonedelor în Republica Moldova, care consideră că acestea prezintă potențialuri riscuri pentru persoane fizice și juridice și că nu există o reglementare și supraveghere eficientă. La fel, BNM a declarat că investitorii în aceste active sunt

expuși unui risc ridicat de pierdere a mijloacelor investite, și nicio instituție nu poate oferi garanție sau protecție a acestora. Ei au cerut sistemelor de plăți să înceteze orice activități legate de criptomonede, să nu stabilească nicio relație de afaceri ori să termine o relație de afaceri existentă.

Concluzii. Într-o eră marcată de inovații tehnologice rapide, articolul propune o analiză detaliată a potențialului monedelor digitale de a contribui la incluziunea financiară și la promovarea unei creșteri economice echilibrate. În lumina acestui studiu, se constată că monedele digitale, precum Bitcoin și altele, au evoluat dincolo de simpla lor funcție de mijloc de plată, devenind subiectul unor discuții importante în ceea ce privește reforma financiară și impactul lor asupra economiei globale. Prin utilizarea tehnologiei blockchain, monedele digitale oferă soluții inovatoare la problemele actuale ale sistemelor financiare, facilitând tranzacțiile eficiente și deschizând noi oportunități pentru inclusivitatea financiară. Aceste instrumente permit accesul la servicii financiare în orice moment și în orice loc, eliminând obstacolele generate de orele limitate de funcționare ale instituțiilor financiare tradiționale. De asemenea, analiza evidențiază beneficiile aduse cetățenilor și firmelor, oferind acces nelimitat la capital și facilitând tranzacțiile internaționale fără barierele schimbului valutar. Mai mult, monedele digitale pot contribui la o administrare fiscală mai eficientă și la colectarea corectă a taxelor, având un impact pozitiv asupra economiei naționale. Cu toate acestea, este important să recunoaștem că există și riscuri asociate cu legalizarea și utilizarea criptomonedelor, precum volatilitatea prețurilor și necesitatea unei reglementări adecvate. În ciuda acestor provocări, impactul pozitiv asupra incluziunii financiare și creșterii economice echilibrate este semnificativ.

Criptomonedele au un potențial disruptiv considerabil în peisajul financiar global, aducând atât oportunități inovatoare, cât și provocări. Viitorul lor este incert, dar observăm deja schimbări semnificative în modul în care lumea percepe și utilizează banii. Cu evoluția continuă a tehnologiei și a reglementărilor, este crucial să monitorizăm cu atenție această transformare și să ne adaptăm la schimbările pe care le poate aduce în societatea noastră.

Referințe bibliografice:

[1] MONEDA ELECTRONICĂ ȘI POLITICA MONETARĂ:

https://www.researchgate.net/publication/361115448_MONEDA_ELECTRONICA_SI_POLITICA_MONETARA

[2] FIAT MONEY:

<https://www.investopedia.com/terms/f/fiatmoney.asp#:~:text=Key%20Takeaways-,Fiat%20money%20is%20a%20government%20Issued%20currency%20that%20is%20not,U.S.%20dollar%2C%20Oare%20fiat%20currencies>

[3] Why cryptocurrencies are a lifeline for people in developing countries

<https://www.thenationalnews.com/business/money/2022/07/27/why-cryptocurrencies-are-a-lifeline-for-people-in-developing-countries/?outputType=amp>

[4] Why Do Modern Economies Favor Fiat Money?

<https://www.investopedia.com/terms/f/fiatmoney.asp#:~:text=Key%20Takeaways-,Fiat%20money%20is%20a%20government%20Issued%20currency%20that%20is%20not,U.S.%20dollar%2C%20Oare%20fiat%20currencies>

[5] How crypto assets can strengthen financial inclusion <https://www.sygnium.com/future-finance/crypto/how-crypto-assets-can-strengthen-financial-inclusion/>

[6] Dezastru pentru monedele crypto. Sunt interzise în Republica Moldova

<https://stiri.md/article/economic/dezastru-pentru-monedele-crypto-sunt-interzise-in-republica-moldova/>

30 DE ANI DE CIRCULAȚIE A LEULUI MOLDOVENESC ȘI VALORIFICAREA MONEDEI NAȚIONALE PRIN INDICATORI ECONOMICI

Lia POPOVICI¹ grad didactic superior, **Mădălina TODOROV**² gr. CON 211,
Carolina ZAMISNÎ³ gr. CON 211

¹Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Pentru Rareș, MD-2005, Republica Moldova, Tel: +37360228581; Email: liyapopovici@gmail.com

²Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Pentru Rareș, MD-2005, Republica Moldova, Tel: +37369440897; Email: todorovmagdalena24@gmail.com

³Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Pentru Rareș, MD-2005, Republica Moldova, Tel: +37369440897; Email: carolina.zamisnii@gmail.com

Abstract

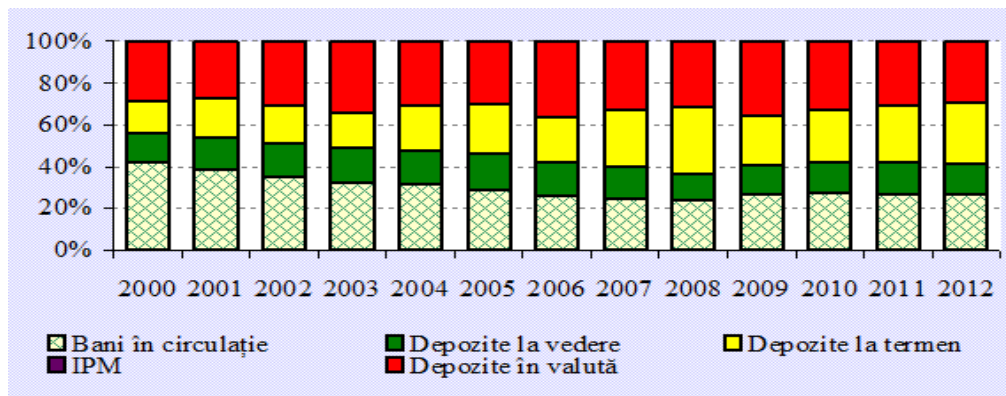
Along with the 30th anniversary of the introduction of the Moldovan Leu and reflection on the economical development and the evolution of monetary aggregates, their sensitivity to economical shocks and the importance of this currency for Republic of Moldova, the benefits anticipated from the issuance of the moldovan leu, the subsequent economic policies aimed at stability, development, and the establishment of new economic institutions are discussed and explored through the statistical data and information analysis here to provide a clear sight upon the Moldova's coinage and its role in the national economy.

Cuvinte-cheie: *Leul moldovenesc, moneda națională, valută, conversie valutară, curs valutar, Banca Națională a Moldovei (BNM), agregate monetare, politica monetară.*

La sfârșitul anilor '80, în Republica Moldova, datorită mișcărilor de eliberare națională din componența URSS, în cadrul transformărilor economice era prevăzută emiterea monedei naționale. Grație balanței comerciale pozitive, acest lucru ar fi permis obținerea unor beneficii socio-economice. Moscova convingea autoritățile din R. Moldova că punerea în circulație a monedei o va devaloriza rapid, astfel, BNM, a introdus utilizarea cupoanelor. Emiterea întârziată a leului a cauzat mari prejudicii, deoarece, împreună cu „hârtiile” ex-sovietice, au fost scoase în 1992-1993 multe mărfuri din republică. La 24 noiembrie 1993, președintele Mircea Snegur emite decretul „Cu privire la introducerea monedei naționale în Republica Moldova”, iar în urma acestor prevederi, la data de 29 noiembrie 1993 a fost emisă moneda națională - LEUL MOLDOVENESC, începând cu 2 decembrie 1993 aceasta fiind pusă oficial în circulație. [1] Economia națională necesita implementarea unor noi standarde economice, constituirea și consolidarea unor noi instituții de stat de profil economic, adoptarea unei noi legislații în domeniul financiar-economic. Pentru dezvoltarea și accelerarea economiei naționale, statul realizează mai multe politici prin intermediul cărora se prevede creșterea economică și asigurarea bunăstării populației. Așadar, prin politica monetară, BNM asigură o stabilitate a masei monetare în circulație pe un anumit segment de timp, precum și orientează economia națională pe termen mediu și lung, moneda națională fiind într-o strânsă legătură cu indicatorii economici și o unitate principală a economiei. [2]

În cazul Republicii Moldova, pe parcursul anilor 1994-2008, agregatele monetare au servit o bună parte de timp ca obiectiv intermediar pentru politica monetară, perioadă în care obiectivul stabilității prețurilor s-a realizat prin intermediul țintirii acestora. Începând cu anul 2009, acești indicatori statistico-monetari sunt utilizați în analiza economică pentru determinarea în timp a efectelor

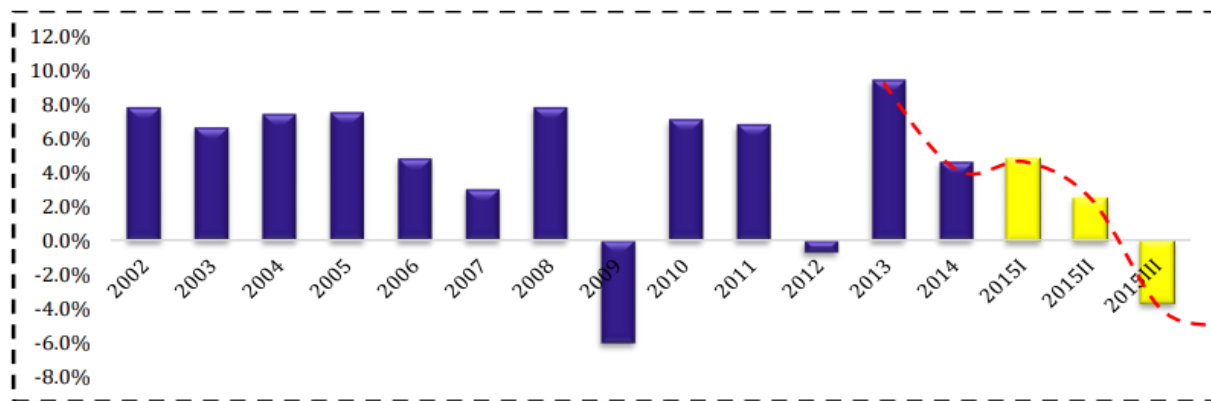
inflaționiste. În Graficul 1. sunt reflectate modificările structurale ale masei monetare pe parcursul anilor 2000-2012.



Graficul 1. Evoluția structurii agregatelor monetare în perioada anilor 2000-2012. [8]

Reducerea banilor în circulație este o consecință a dezvoltării segmentului de piață pe care sunt tranzacționați banii electronici, iar majorarea ponderii depozitelor la termen denotă încrederea deponenților în stabilitatea sistemului financiar bancar al țării și dezvoltarea acestui sector în ultimii 10 ani. [3]

Perioada anilor 2002-2008 au fost ani prosperi pentru Moldova din punct de vedere economic, rata medie a creșterii PIB-ului fiind de aproape 6.4% per an (Grafic 2), țara cunoscând o creștere colosală în toate domeniile majore de activitate. Inevitabil, un astfel de trend era greu de menținut, mai cu seamă ținând cont de recesiunea globală din anii 2007-2009, care a afectat considerabil economia Moldovei.



Grafic 2. Rata creșterii PIB [9]

Guvernul instaurat în 2009 și-a asumat o serie de angajamente care au întărit relațiile Moldovei cu Uniunea Europeană, punând țara pe un făgaș de dezvoltare extrem de rapid comparativ cu alte țări din regiune (rata medie a creșterii economice între 2009-2014 fiind de 3.5% vs. 2 % rata țărilor din regiune). Întreprinderile mici și mijlocii au înregistrat o evoluție pozitivă la marea majoritate a indicatorilor, aceștia fiind măsurați în lei moldovenești, ceea ce arată de fapt că sectorul este profitabil și contribuie pozitiv la activitatea per ansamblu a economiei. Conform datelor Ministerului Economiei și a BNS, în Republica Moldova, IMM dețin circa 97,7% din numărul total al întreprinderilor din țară și reflectă o creștere stabilă a sectorului atât datorită îmbunătățirii mediului de afaceri, cât și perfecționării cadrului regulator ce ține de activitatea antreprenorială. [4]

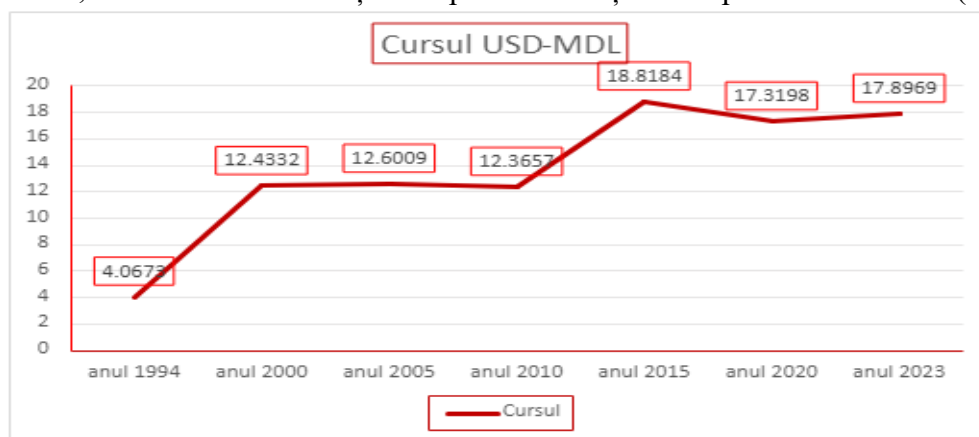
Alături de efectele pozitive cunoscute datorită emiterii monedei naționale, țara a fost expusă la niște provocări masive care au determinat apariția mișcărilor oscilatorii ale puterii de cumpărare,

exclusivității și reputației leului și a republicii însăși. În ultimii 10 ani Moldova se restabilește de la câteva șocuri severe, inclusiv fraudă din sectorul bancar în valoare de 1,064 miliarde de dolari SUA din rezervele BNM, economia contractându-se cu 1,432 miliarde de dolari. Menținându-se relativ stabil între 4% și 5,5% lunar din decembrie 2012, rata inflației accelerează la începutul lui 2015. Un efect simțit aproape imediat a fost prăbușirea leului față de dolarul american și euro. În doar câteva luni, rata de schimb a căzut cu aproximativ 30% față de dolar, afectând veniturile reale ale populației. Atât exporturile, cât și importurile (exprimate în dolari), au scăzut drastic. Faptul că veniturile reale ale oamenilor au scăzut, i-a determinat să cumpere mai puține lucruri, astfel făcând ca importurile să scadă.[5]. Recent, însă, războiul din Ucraina supune riscului recuperarea economică pe termen lung și perspectivele economice de durată ale republicii. Conflictul militar afectează evoluția indicatorilor monetari pe parcursul anului 2022 prin comerț, un aflux masiv de refugiați și prin canale de remitențe, precum și prin incertitudini financiare și de preț. Temperarea activității economice, ritmurile înalte a inflației, lichiditatea excesivă pe piața monetară au creat condiții în care agregatele monetare au înregistrat atât scăderi cât și creșteri similare anului precedent. Astfel, în anul 2022, activitatea economică în Republica Moldova a înregistrat un declin pronunțat după dinamica pozitivă din anul 2021. Conform datelor preliminare, în anul 2022, soldul contului curent al balanței de plăți a Republicii Moldova a înregistrat un deficit de 2 275,2 milioane USD, care s-a majorat cu 33,9 la suta comparativ cu cel consemnat în anul 2021. Comportamentul tuturor agregatelor monetare pe parcursul anului de referință a fost similar. Ca rezultat, masa monetară (M2) a crescut cu 9,6 la suta în anul 2022, fiind cu 0,1 puncte procentuale peste nivelul creșterii anuale din 2021. Atât depozitele în lei, cât și componenta „bani în circulație” au înregistrat pe parcursul anului 2022 același comportament. Astfel, la finele anului 2022, depozitele în monedă națională și banii în circulație au crescut față de anul 2021 cu 10,2 la sută și cu 8,5 la sută. Totodată, masa monetară (M3) a înregistrat o creștere anuală de 5,3 la sută, ritmul de creștere fiind mai mic față de 2021 cu 6,0 puncte procentuale. În anul 2022, indicatorii vitezei de circulație a banilor s-au menținut pe trendul de accelerare început în anul precedent. Rulajul total al valurilor tranzacționate contra lei moldovenești a menținut ritmul alert de creștere, sporind cu 28,8 la suta până la echivalentul a 23091,1 milioane dolari SUA. Euro a continuat să fie moneda preferată pentru operațiunile de schimb valutar, deținând ponderea majoră în structura pe valute a rulajului total al pieței valutare interne – 54,5 la sută. Adoptarea în timp util a măsurilor restrictive de politică monetară pe parcursul anului 2022 a condus la schimbarea trendului inflației. Astfel, după valoarea maximă atinsă în luna octombrie 2022 (34,6 la sută), procesul inflaționist s-a inversat, iar tendința descendentă a ratei anuale a inflației de la finele anului precedent a continuat în prima jumătate a anului curent. Rata anuală a inflației s-a diminuat de la 22,0 la sută în luna martie 2023 până la 13,2 la sută în luna iunie 2023. Totodată, dinamica ratei de schimb a generat un impact dezinflaționist asupra evoluției inflației pe parcursul anului curent.[6]

După o ușoară depreciere de 0,3% înregistrat în perioada 12-18 iunie 2023, leul în prezent este cu 7,8% mai puternic comparativ cu începutul de an, față de principalele 10 valute din țările care R. Moldova are cele mai mari relații comerciale. Un leu puternic este benefic pentru populație, deoarece înseamnă prețuri mai mici la mărfurile de import și o inflație mai mică. Însă un leu puternic afectează enorm economia autohtonă și scade din competitivitatea produselor locale. În consecință, pentru a nu permite aprecierea și mai puternică a Leului moldovenesc, Banca Națională a intervenit în toată această perioadă procurând valută. În condiția unei inflații în scădere, BNM trebuie să asigure o ușoară depreciere a leului, fapt ce va ajuta economia locală și nu va afecta negativ populația.[7] Se știe că în relațiile economice internaționale este foarte importantă cunoașterea valorii unității

monetare a unui stat față de cea a altui stat. Conform teoriei parității puterii de cumpărare, cursul de schimb evoluează în funcție de puterea de cumpărare a celor două monede implicate în determinarea cotației. Fenomenul de aprecierea a valutei naționale este, în primul rând, cauzat de intrările masive de valută străină în țară.

Dacă urmărim evoluția ratei de schimb a leului moldovenesc față de dolarul american în perioada anilor 1994-2023, observăm atât oscilații ale aprecierii cât și ale deprecierii acestuia. (Grafic 3).



Grafic 3. Evoluția cursului leului moldovenesc în raport cu dolarul american. [8]

Concluzii.

Timp de 30 de ani, de la emitere până la momentul actual, leul moldovenesc a cunoscut o serie de provocări economice, fiind influențat atât de crizele mondiale, cât și de evenimentele socio-politice regionale și locale, catalizând, astfel, apariția și transformările unor fenomene economice de ordin național, dar care, în vara anului 2023, a reușit să obțină titlul de cea mai puternică monedă din spațiul european. Prin existența sa, leul a devenit fundamentul economiei naționale, prin care se exprimă majoritatea indicatorilor macroeconomici, astfel, moneda joacă un rol primordial în autenticitatea Republicii Moldova.

Referințe bibliografice:

- [1] Cum a fost creată moneda națională. <https://gazetadechisinau.md/2020/12/04/cum-a-fost-creata-moneda-nationala/>
- [2] POLITICI MONETARE-TEORIA PREFERINȚELOR DE LICHIDITATE. <https://www.scribd.com/presentation/636840538/Dotin-Elena-FR-POLITICI-MONETARE-TEORIA-PREFERINTELOR-DE-LICHIDITATE-PPT>
- [3] Banca Națională a Moldovei. Agregatele monetare. <https://www.bnm.md/ro/content/agregatele-monetare-republica-moldova-0>
- [4] Principalele dificultăți și deficiențe economice în calea integrării europene a Moldovei. <https://dcfta.md/uploads/0/images/large/kas-economic-paper1.pdf>
- [5] Efectul miliardului. <https://www.jurnal.md/ro/economic/2016/12/8/efectul-miliardului/>
- [6] Raport anual 2022. BNM. https://www.bnm.md/files/Raport_anual_2022%20ISBN-.pdf
- [7] Cum a ajuns leul moldovenesc sa fie cea mai puternica valuta din Europa si cat va mai tine acest fenomen. <https://tvr Moldova.md/article/b18d1f1e74fec95d/cum-a-ajuns-leul-moldovenesc-sa-fie-cea-mai-puternica-valuta-din-europa-si-cat-va-mai-tine-acest-fenomen-explicatiile-expertului.html>
- [8] <https://www.bnm.md/files/14-2-13.PNG>
- [9] <https://statistica.gov.md/>
- [10] <https://www.bnm.md/>

IMPACTUL INOVAȚIILOR ASUPRA DEZVOLTĂRII SECTORULUI IMM-urilor

Tatiana BARAN¹, grad didactic doi, **Victoria FRUNZĂ²**, gr.1CON-31

¹Colegiul Cooperatist din Moldova, MD-2001, Republica Moldova, mun. Chișinău, bd. Gagarin 6, tel. 79582557, email: baran.tatiana82@gmail.com

²Colegiul Cooperatist din Moldova, MD-2001, Republica Moldova, mun. Chișinău, bd. Gagarin 6, tel. 69853561, email: victoria.frunza@publicismedia.md

Abstract.

At the moment, innovation activity has become an extremely important element of the policies of all developed companies. Being the catalyst of economic growth, research and innovation, it identifies itself as a generator of solutions to overcome environmental challenges of any kind. In essence, innovation is the attempt to create new or improved products and processes, actions with an essential impact on the development of the SME sector.

The purpose of this study is to show empirical evidence regarding the link between innovation and the development of the SME sector. In this sense, we consider innovation to be the most important component of the long-term economic growth engine of all small and medium-sized enterprises. The results of our research confirm the existing specialized literature according to which innovation has a significant contribution to improving the competitiveness of SMEs and the gap between them can be reduced by investing in innovation.

Cuvinte-cheie: inovare, competitivitate, dezvoltare economică, IMM-uri

Dezvoltarea economică sustenabilă a economiei naționale a oricărei țări poate fi asigurată prin transformarea economică bazată pe inovare. Actualmente, inovarea reprezintă una dintre prioritățile-cheie ale întreprinderilor mari dezvoltate și joacă un rol esențial în asigurarea creșterii economice, experiență preluată în ultima perioadă și de întreprinderile mici și mijlocii. Fără inovații sectorul IMM-urilor nu ar reuși diversificarea ofertei lor pe piață, modernizarea proceselor, serviciilor și creșterea valorii adăugate a acestora. Deci, dezvoltarea IMM-urilor oferă o multitudine de posibilități de creare a locurilor de muncă, contribuind astfel la scăderea ratei șomajului, revigorează procesul de producere a bunurilor și serviciilor, creează venituri în bugetul de stat, generează inovații, asigurând creșterea economică și nivelul de bunăstare a cetățenilor.

Potrivit Biroului Național de Statistică [1], în anul 2022 numărul întreprinderilor mici și mijlocii (ÎMM) a constituit 62111 întreprinderi și reprezintă circa 99,2%, din numărul total de întreprinderi pe țară (față de 99,1% în anul 2021), figura 1. Numărul mediu al salariaților în ÎMM în perioada de referință a constituit 347,3 mii, deținând 65,6% din total numărul mediu de salariați al întreprinderilor (în comparație cu 64,2% în anul 2021). Veniturile din vânzări ale ÎMM în această perioadă au însumat 274,8 mld. lei sau 44,9% din venituri din vânzări în total pe economie (comparativ cu 46,1% în anul 2021). Suma profitului până la impozitare obținut de ÎMM în anul 2022 a constituit 27088,8 mil. lei, cu 2391,7 mil. lei (sau cu 9,7%) mai mult față de anul 2021.

Deci, din perspectiva rezultatelor obținute, putem evalua contribuția IMM-urilor la dezvoltarea economiei țării prin calculul ponderii acestora în PIB. Acest indicator în ultimii cinci ani a fost caracterizat printr-o tendință de creștere, ajungând în anul 2021 să înscrie 86,6%.

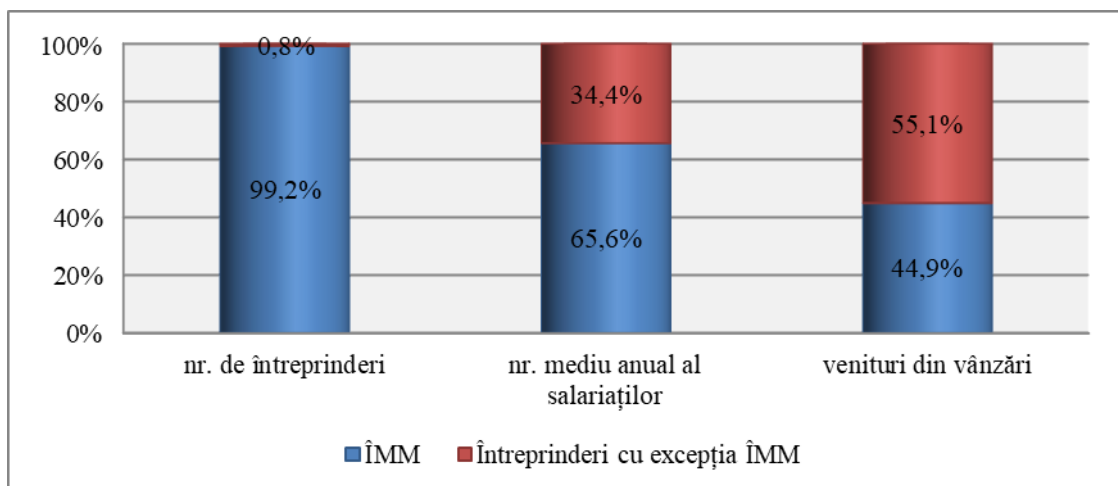


Figura 1. Ponderea întreprinderilor IMM în totalul întreprinderilor, anul 2022.

Sursa: În baza datelor Biroului Național de Statistică, [1]

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 precondiție pentru a realiza trecerea la un nivel de creștere susținut.

În ultimii ani în Republica Moldova au fost demarate un șir de proiecte cu caracter public-privat și finanțare internațională, menite să contribuie la creșterea capacităților de inovare și competitivitate a IMM-urilor. Au fost deschise mai multe incubatoarea de afaceri, care ulterior au fost extinse până la crearea unei rețele. Au fost deschise parcuri industriale și efectuate studii de fezabilitate pentru extinderea regională a acestora. Această infrastructură de suport este extrem de importantă pentru IMM-uri, deoarece contribuie la o activitate eficientă a acestora, oferindu-le posibilități de lansare și extindere a afacerii. Totuși, capacitatea IMM-urilor autohtone de a face față competitivității la nivel european este încă limitată.

Analizând poziționarea în clasamentele internaționale, se constată că conform datelor Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale, după Indicele Global al Inovației [4], țara noastră s-a plasat în anul 2022 pe locul 56 din 132 de țări monitorizate, în 2020 – a deținut locul 59 dintre 131 de țări din clasament, pe când în anul 2018 s-a plasat pe locul 48 din cele 128 economii din top. Astfel, conform clasamentului în perioada anilor 2018-2022, constatăm o tendință negativă de scădere de la poziția numărul 48 în anul 2018 la poziția 56 în anul 2022. Acest clasament confirmă ipoteza că capacitatea inovațională a întreprinderilor din Republica Moldova este joasă, ca urmare și impactul inovațional asupra economiei naționale este mic. În conformitate cu datele Raportului Global al Competitivității, cele mai semnificative carențe sectorul IMM-urilor autohtone îl înregistrează în raport cu: infrastructura generală; insuficiența stimulentei de a inova, colaborarea insuficientă dintre universități și mediul de afaceri în domeniul cercetării, etc. Astfel, constatăm că activismul inovațional al IMM-urilor din Republica Moldova este destul de redus.

Totuși, anume activitatea de inovare a IMM-urilor este un factor decisiv în competitivitatea și dezvoltarea acestui sector. Realitatea economică demonstrează că întreprinderile care conștientizează necesitatea de a crea, evalua și exploata cu succes idei noi au mai multe șanse de a supraviețui și a prospera în economia globală competitivă.

Prin urmare, Biroul Național de Statistică [2] informează că în perioada 2019-2020 numărul întreprinderilor inovatoare a constituit 448 unități și reprezintă 12,6% din numărul total de întreprinderi incluse în cercetare (în scădere cu 26% față de anii 2017-2018). Din numărul total al întreprinderilor inovatoare, 50% au realizat concomitent mai multe tipuri de inovări (de produse, procese, metode de organizare și marketing), 17% au realizat inovări de produse și/sau procese, 34% - au realizat inovări de metode de organizare și/sau marketing.

Din numărul total de întreprinderi inovatoare, 49% au activat în domeniul industriei (din care 45% în industria prelucrătoare), iar 51% - în domeniul serviciilor (din care 22% în comerțul cu ridicata, 14% - informații și comunicații, 7% - transport și depozitare).

Din numărul total de întreprinderi inovatoare: 255 întreprinderi (57%) sunt întreprinderi mici cu 10–49 salariați; 134 de întreprinderi (30%) sunt întreprinderi mijlocii cu 50 – 249 salariați; 59 (13%) sunt întreprinderi cu numărul de salariați 250 și peste. Astfel, numărul total de întreprinderi mici și mijlocii (IMM) cu activitatea de inovare a alcătuit 389 întreprinderi sau 87% din numărul total de întreprinderi inovatoare.

În industrie, 219 întreprinderi au realizat activitate de inovare, dintre care 180 (sau 82%) sunt IMM, iar în servicii 229 întreprinderi au realizat activitate de inovare, dintre care 209 (sau 91%) sunt IMM. Rezultatele de mai sus demonstrează că, în condițiile concurenței acerbe, inovarea nu mai reprezintă o alegere, ci mai degrabă devine o necesitate absolută și o importantă premisă de supraviețuire a oricărei întreprinderi. Inovarea reprezintă una dintre calitățile esențiale pentru reușita companiei atât pe plan național, cât și internațional, fiind considerată una dintre principalele forțe motrice ale competitivității și dezvoltării economice și sociale a organizațiilor și, în special, a IMM-urilor. Într-o măsură mare, potrivit cercetătorilor din domeniu [3], avantajele întreprinderilor mici în ceea ce privește sfera inovațională se manifestă prin următoarele:

- în întreprinderile mici se creează condiții favorabile pentru creativitate, care poartă un caracter individual;
- decizia de a inova este luată de un număr mic de persoane, iar inventatorul, proprietarul și managerul, de obicei, este aceeași persoană, fapt ce elimină, într-o măsură mare, multe probleme în gestiunea corporativă;
- tehnologiile informaționale noi creează întreprinderilor mici condiții favorabile pentru funcționare, anterior posibilă numai în întreprinderile mari;
- firmele mici pot avea un avantaj inovativ datorită diferențelor dintre structurile de management.

Astfel, vând în vedere importanța strategică a sectorului IMM pentru creșterea economică și crearea de locuri de muncă, dar și rolul inovării în dezvoltarea IMM-urilor, considerăm că aceste două elemente sunt motoare indispensabile ale viitoarei creșteri economice. Republica Moldova ar trebui să adopte neîntârziat politici 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.

Concluzii.

Dezvoltarea sectorului IMM din Republica Moldova prin prisma inovațiilor, va contribui la creșterea competitivității afacerii și, în consecință va favoriza intensificarea ritmurilor de creștere, extinderea pieței, dezvoltarea exportului, atragerea investițiilor, creșterea vânzărilor și implicit a profitului etc. Competitivitatea bazată pe inovare trebuie să devină prioritate pentru IMM-urile autohtone. Aceasta presupune că, în afară de cadrul legal care să-i încurajeze, antreprenorii mai au nevoie și de cunoștințe în domeniul inovării, de dezvoltarea capacității lor de a absorbi tehnologiile de ultimă generație, de a adapta aceste tehnologii la nevoile piețelor deservite și de a dezvolta, la rândul lor, tehnologii sau servicii care să le permită obținerea progresului.

Referințe bibliografice:

- [1]. Activitatea întreprinderilor mici și mijlocii în anul 2022. https://statistica.gov.md/ro/activitatea-intreprinderilor-mici-si-mijlocii-in-anul-2022-9557_60492.html
- [2]. Rezultatele activității de inovare a întreprinderilor în Republica Moldova în anii 2019-2020. https://statistica.gov.md/ro/rezultatele-activitatii-de-inovare-a-intreprinderilor-in-republica-moldova-in-an-9794_3517.html
- [3]. Rothwell, R. Small firms, innovation and industrial change, Small Business Economics. 1989. p.51–64.
- [4]. The Global Innovation Index 2022: What is the future of innovation-driven growth? 15th Edition. https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/index.html

IMPLEMENTAREA IDEILOR INOVATIVE ÎN CREȘTEREA MICULUI BUSINESS – OPORTUNITĂȚI ȘI RISCURI

BOȘCANEANU Nadejda, CAZACU Andrei, ERHAN Marius

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,
Tel: +373 68 323 399, Email: boscaneanu.nadejda@ase.md

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,
Tel: +373 67 512 812, Email: 2005andrei.cazacu@gmail.com

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,
Tel: +373 60 290 804, Email: erhanmarius15@gmail.com

Abstract

The economy of the Republic of Moldova heavily relies on the substantial contribution of small and medium-sized enterprises (SMEs), with a particular emphasis on fostering innovation. Access to European funds plays a crucial role in providing vital resources for SMEs, stimulating economic growth through investments in development and innovation. Diversifying products, especially in the wine industry, and developing the IT sector are considered strategic paths for economic advancement. While implementing innovative ideas in small businesses offers opportunities such as increased sales and operational efficiency, it also entails risks like significant research costs and market uncertainties. To navigate these challenges, small businesses should invest in research and development, foster an open environment for innovative ideas, and be flexible in adapting to market changes. However, barriers to innovation in the Republic of Moldova include underdeveloped infrastructure, bureaucratic challenges, and corruption. Addressing these issues requires collaborative efforts from the government and the private sector to promote transparency and ethics. Global competition further pressures businesses to innovate continuously.

Cuvinte cheie: *inovație, micul business, tehnologie, investiții, soluții*

În prezent, orice organizație, indiferent de specificul activității desfășurate, trebuie să fie pregătită pentru a face față schimbărilor radicale și continue care sunt create de către societatea modernă și factorii economici. Crearea soluțiilor inovative specifice competiției sunt influențate de către stilul de management al entității. Un nivel înalt de creativitate pentru un manager poate contribui la sporirea performanței și succesul în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii cu noi abordări. Într-un mediu economic dinamic, capacitatea de a anticipa și a răspunde rapid la schimbări devine crucială pentru un manager astfel capabil să implementeze strategii inovatoare și să valorifice oportunitățile de bază din cadrul unei afaceri.

Economia Republicii Moldova se bazează în mare măsură pe contribuția semnificativă a întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri), reflectând un trend global în dezvoltarea economică. În prezent, accentul pe dezvoltarea și implementarea ideilor inovative în cadrul entităților din Republica Moldova este esențial pentru avansarea economiei țării. În acest context, micile afaceri au un rol crucial în adaptarea la cerințele secolului XXI, beneficiind de numeroase oportunități și avantaje.

Accesul la fondurile europene reprezintă un aspect important, oferind micilor afaceri din Republica Moldova o sursă vitală de resurse pentru implementarea ideilor inovatoare. Acest sprijin financiar contribuie la creșterea economică, stimulând investițiile în dezvoltare și inovație.

De asemenea, diversificarea produselor tradiționale, cu un accent deosebit pe industria vitivinicolă, reprezintă o altă cale strategică. Prin inovare, producătorii pot să răspundă cerințelor pieței prin dezvoltarea de produse viticole premium sau prin explorarea piețelor de export. Aceasta nu numai că

aduce oportunități semnificative de creștere, ci și contribuie la consolidarea poziției Republicii Moldova pe harta economică internațională.

Sectorul IT din Republica Moldova reprezintă un alt domeniu cu potențial enorm pentru dezvoltarea afacerilor inovatoare. În contextul creșterii tehnologice, start-up-urile și micile afaceri din domeniul IT pot aduce contribuții semnificative la dezvoltarea țării. Dezvoltarea software și furnizarea de servicii IT sunt segmente în expansiune, oferind oportunități de piață considerabile și contribuind la dezvoltarea industriei tehnologice la nivel național.

Implementarea ideilor inovative în creșterea micului business poate fi benefică, dar vine împreună cu o serie de oportunități și riscuri. Oportunitățile includ creșterea vânzărilor prin introducerea de produse sau servicii noi, atragerea de clienți noi și fidelizarea celor existenți, câștigarea avantajului competitiv și îmbunătățirea eficienței operaționale. Pe de altă parte, riscurile pot implica costuri semnificative pentru cercetare și dezvoltare, dificultăți în implementarea noilor tehnologii sau procese, rezistența angajaților la schimbare și incertitudinea pieței. De asemenea, există riscul ca concurența să adopte și ea inovațiile, reducând astfel avantajul competitiv inițial.

Pentru a gestiona aceste riscuri și a exploata oportunitățile, micile afaceri ar trebui să investească în cercetare și dezvoltare, să creeze un mediu deschis pentru idei inovatoare, să fie flexibile în adaptarea la schimbările pieței și să ofere formare angajaților pentru a-i pregăti pentru noile tehnologii sau procese. De asemenea, este crucial să se țină cont de feedback-ul clienților și să se adapteze în consecință pentru a menține relevanța și loialitatea acestora.

Micile afaceri mai pot beneficia și de colaborarea cu alte companii, universități sau startup-uri pentru a accesa resurse și expertiză adițională în domeniul inovației. Parteneriatele stimulează schimbul de idei și creativitatea, ducând astfel la dezvoltarea unor soluții inovatoare. Însă, o inovație valoroasă nu va avea impactul dorit dacă nu este promovată corespunzător. Micile afaceri ar trebui să aloce resurse pentru a-și promova produsele sau serviciile inovatoare, să comunice beneficiile acestora și să convingă clienții potențiali de valoarea adusă de inovație.

Piețele și tehnologiile se schimbă rapid, iar micile afaceri trebuie să fie pregătite să se adapteze la aceste schimbări. Flexibilitatea în ajustarea strategiilor și a produselor în funcție de evoluțiile pieței este esențială pentru a supraviețui și a prospera într-un mediu concurențial. Iar, antreprenorii și angajații trebuie să fie în permanență la curent cu noile tehnologii și practici de afaceri. Investiția în formare și dezvoltare personală poate stimula creativitatea și inovația în rândul echipei, contribuind la generarea de idei proaspete și la implementarea lor în practică. Totodată, ascultarea și receptarea feedback-ului clienților sunt vitale în procesul de inovare. Companiile ar trebui să fie deschise la sugestiile și nevoile clienților lor, folosind aceste informații pentru a îmbunătăți produsele sau serviciile existente și pentru a dezvolta soluții inovatoare care să răspundă cu adevărat cerințelor pieței. Infrastructura subdezvoltată reprezintă una dintre provocările majore cu care se confruntă Republica Moldova în calea inovării. Accesul limitat la tehnologii avansate și la resursele necesare poate împiedica dezvoltarea și implementarea eficientă a ideilor inovatoare în cadrul afacerilor. Construcția și modernizarea infrastructurii, inclusiv a rețelelor de comunicații și a facilităților de cercetare, ar putea juca un rol esențial în eliminarea acestor bariere și în crearea unui mediu propice inovației.

Alte piedici semnificative în calea inovării în mediul de afaceri din Republica Moldova sunt birocrăția și corupția. Procesele birocratice îndelungate și corupția pot genera costuri suplimentare și pot împiedica fluxul eficient de idei inovatoare. Abordarea acestor probleme necesită eforturi comune din partea guvernului, precum și a sectorului privat, pentru a promova transparența, responsabilitatea și o cultură a eticii în afaceri. Competiția globală reprezintă o altă presiune asupra mediului de afaceri

din Republica Moldova. Pentru a-și menține poziția pe piața internațională, companiile trebuie să inoveze continuu și să se adapteze la noile cerințe ale pieței globale. Investițiile în cercetare și dezvoltare, precum și în educație și formare, pot ajuta companiile să rămână competitive și să se distingă în contextul unei concurențe globale.

În ciuda acestor provocări, abordarea lor cu înțelepciune și cu o strategie coerentă poate aduce schimbări semnificative în peisajul inovației din Republica Moldova. Eforturile pentru îmbunătățirea infrastructurii, reducerea birocrăției și corupției, precum și adaptarea la competiția globală pot contribui la crearea unui mediu propice inovării și dezvoltării economice durabile în țară. Este crucială implicarea tuturor ramurilor relevante - guvern, sector privat și societate civilă - pentru a depăși aceste obstacole și a promova o cultură a inovației în Republica Moldova.

Un exemplu de inovație în sectorul IT ar fi compania **DAS Solutions**, aceasta este o companie de dezvoltare software care proiectează, construiește și dezvoltă produse, platforme și instrumente software extrem de funcționale care ajută companiile să aibă succes în era digitală. Prin echipa lor pasionată și pricepută, asigurând realizarea sarcinilor existente, reușesc să anticipeze și să depășească provocările și cerințele viitoare ale companiilor internaționale. DAS Solutions este specializată în principal în dezvoltarea de software în următoarele industrii: Finanțe și Bănci, Asigurări, Telecom și E-health. Prin idei inovatoare și software găsesc soluții pentru a reduce costurile, a minimiza erorile umane și, în cele din urmă, a maximiza profitul. Cu sediul în Chișinău, Republica Moldova – DAS Solutions se conectează cu oameni și afaceri din întreaga lume.

Un alt exemplu este compania **Simpals**, care la moment este platforma unde apar cele mai recente știri, unde a fost difuzat Chișinău International Marathon, agende electronice pentru elevi, achiziții publice transparente. Simpals prezintă produse inovatoare, recorduri mondiale și start-up-uri cunoscute în întreaga lume.

O altă companie inovatoare în sfera IT este **Punct Technology**. Din punct de vedere inovativ, compania a dezvoltat soluții software pentru afaceri internaționale. Prin inovare și dezvoltare tehnologică, Punct Technology a devenit un exemplu de succes în industria IT din Republica Moldova. Abordări strategice pentru gestionarea inovării în micul business din Republica Moldova:

- **Colaborarea cu universitățile:** Micile afaceri pot colabora cu instituții de învățământ superior pentru a accesa cercetare și dezvoltare și pentru a angaja tineri cu abilități tehnice. Tinerii specialiști, în majoritatea cazurilor sunt cei ce vor aduce inovația în echipa și activitatea entității. Asume tinerii specialiști sunt în stare de a risca, sunt motivați și pot juca un rol semnificativ în direcția dezvoltării entității, dacă aceasta alege o cale inovativă. Unul din proiecte ar fi Verde play ce a adăugat o nouă disciplină în liceele din Republica Moldova sub numele de „Inovații și Sustenabilitate” din Chișinău, la care au aderat liceele „Spiru Haret” „Iulia Hașdeu” „Vasilie Vasilache”.
- **Accesarea programelor de finanțare europeană:** Micile afaceri pot căuta oportunități de finanțare europeană pentru proiecte de inovare și dezvoltare, cum ar fi proiectul Băncii Europene pentru Reconstrucție și Dezvoltare. BERD are în Moldova peste 169 de proiecte finanțate la un nivel total de peste 2.188 milioane EURO.
- **Formare și dezvoltare a resurselor umane:** Investiția în formarea și dezvoltarea angajaților pentru a rămâne competițivi și informați cu cele mai recente tehnologii și practici de inovare este esențială. Formarea și atragerea specialiștilor în domeniul activității entității, și anume factorul uman a fost și rămâne o parte majoră a succesului entităților, mai ales a celor cu inițiative de risc și spirit inovativ.

Concluzii.

În concluzie, economia Republicii Moldova se află într-un punct crucial al dezvoltării sale, întreprinderile mici și mijlocii ocupând un rol vital în această evoluție. În prezent, inovarea este cheia pentru avansarea economică și menținerea competitivității țării în contextul secolului XXI. Micile afaceri beneficiază de multiple oportunități, iar accesul la fonduri europene, diversificarea produselor tradiționale și investiția în tehnologie sunt doar câteva dintre strategiile disponibile pentru a stimula creșterea economică, oferindu-le resurse necesare pentru implementarea ideilor inovatoare. Acest aspect contribuie semnificativ la dezvoltarea economică, consolidând baza financiară a afacerilor și facilitând investițiile în proiecte de cercetare și dezvoltare, astfel sectorul IT, în plină expansiune în Republica Moldova, aduce cu sine oportunități imense pentru start-up-uri și mici afaceri. Dezvoltarea software și furnizarea de servicii IT contribuie la avântul tehnologic al țării și la creșterea industriei tehnologice. Implementarea ideilor inovatoare nu este fără provocări, astfel riscurile asociate, cum ar fi costurile semnificative pentru cercetare și dezvoltare, rezistența la schimbare și concurența acerbă, necesită abordări strategice și investiții în dezvoltarea resurselor umane, prin aplicarea unor astfel de abordări și investiții în inovație, Republica Moldova poate să-și consolideze poziția în economia globală și să asigure un viitor prosper pentru micile afaceri și întreprinderile inovatoare.

Referințe bibliografice:

- [1] United Nations Development Programme. (2021). "Innovation in Moldova." *link*
- [2] Punct Technology *link*
- [3] European Bank for Reconstruction and Development. (2020). "Small and Medium-Sized Enterprises in Moldova: Challenges and Opportunities." *link*
- [4] World Bank. (2019). "Republic of Moldova: Enhancing Economic Competitiveness Through Innovation." *link*

EVOLUȚIA ȘI IMPACTUL PARCULUI IT DIN REPUBLICA MOLDOVA

BOȘCANEANU Nadejda¹, GRIGORIEV Anastasia²

¹Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 68 323 399, Email: boscaneanu.nadejda@ase.md

²Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 60 634 889, Email: anastasia.grigoriev15@gmail.com

Abstract.

The article highlights the significant development of the IT sector in the Republic of Moldova, driven by initiatives like Moldova IT Park. It sheds light on the vital role of Moldova IT Park, putting an emphasis on the program's significant impact on the economy, job creation and technological innovation, while also outlining some challenges and responsibilities faced by residents and employees. This piece underlines the importance of Moldova's IT infrastructure and its role in positioning the country as an attractive destination for the global IT industry.

Cuvinte cheie: dezvoltare economică, inovare, impact social, digitalizare, evoluție, tehnologie informațională.

Industria tehnologică a cunoscut o dezvoltare semnificativă în ultimele decenii, transformându-se într-un motor cheie al economiei globale. Republica Moldova nu face excepție de la această tendință, iar Moldova IT Park reprezintă un pas important în direcția dezvoltării acestei industrii în țară. Moldova IT Park, primul și unicul parc IT virtual din Republica Moldova, este o inițiativă guvernamentală lansată în 2018, cu scopul de a sprijini și dezvolta sectorul IT în Republica Moldova. Acesta a fost creat ca un mediu propice pentru inovație, investiții și creștere în domeniul tehnologiei informației, punând accent pe stimularea antreprenoriatului și a dezvoltării de produse și servicii IT de înaltă calitate. De asemenea, Moldova IT Park oferă suport și infrastructură adecvată pentru antreprenorii din domeniul IT, facilitând colaborarea între start-up-uri și companii IT consolidate. Cu un accent deosebit pe educație și dezvoltarea resurselor umane, programul încurajează formarea și pregătirea specialiștilor în domeniul IT, contribuind astfel la creșterea nivelului de expertiză în tehnologie.

Dezvoltarea sectorului IT în Republica Moldova a evoluat în mod semnificativ de-a lungul decadelor. Pe parcursul secolului trecut, Moldova a fost implicată în cercetare și dezvoltare tehnologică, urmând apoi o tranziție către o creștere a industriei IT în anii 1990. În anii 2000, sectorul IT a înregistrat o expansiune semnificativă datorită serviciilor de dezvoltare software și outsourcing, iar în 2018 a fost lansat Moldova IT Park, marcând o schimbare semnificativă în abordarea guvernamentală față de sectorul IT. În prezent, Republica Moldova este o destinație atractivă pentru companiile de IT, iar sectorul continuă să se dezvolte cu sprijinul Guvernului și accentul pe inovare și educație. Republica Moldova dispune de universități și programe educaționale dedicate, precum și hub-uri de inovație și centre de instruire pentru a sprijini creșterea sectorului IT și dezvoltarea resurselor umane calificate în domeniul tehnologiei informației.

Evoluția cifrei de afaceri din industria IT din Republica Moldova în ultimii ani confirmă că Moldova IT Park a devenit un catalizator crucial pentru dezvoltarea și diversificarea sectorului IT. Numărul rezidenților a depășit recent pragul de 1900 de companii rezidente, dintre care 186 sunt companii cu capital străin din 38 de țări. Rezultatele obținute au depășit cu mult prognozele inițiale la înființarea parcului. Pe parcursul anului precedent, rezidenții Moldova IT Park au contribuit cu peste 1026 de milioane de lei la Bugetul Public Național, prin impozitul unic și alte taxe, ceea ce reprezintă o

creștere de 40%. Aceasta este o dovadă clară a contribuției Moldova IT Park la creșterea economică a Republicii Moldova și la acumularea de resurse financiare pentru bugetul statului.

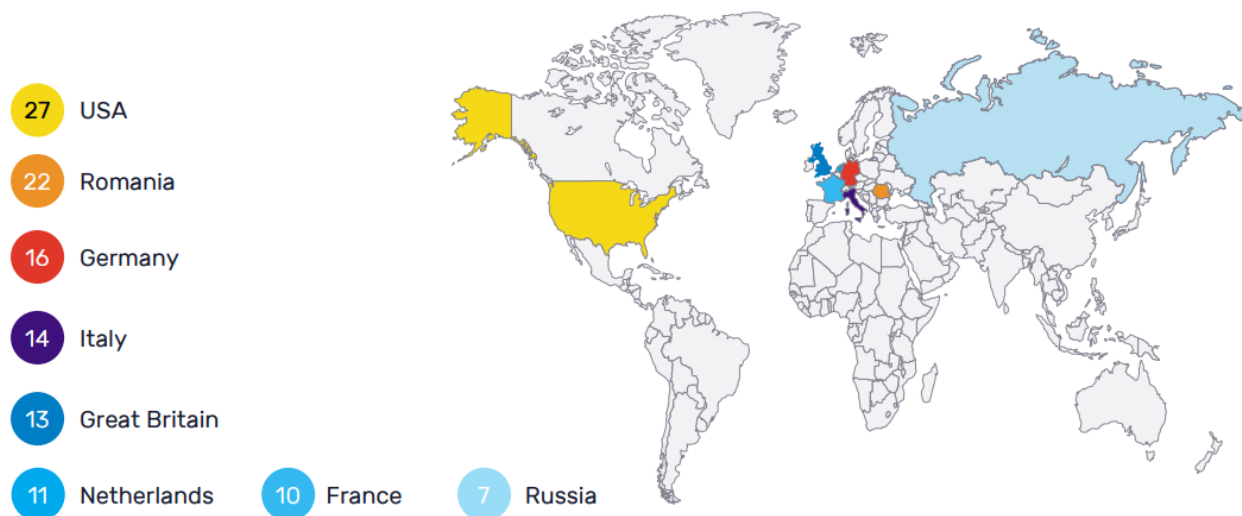


Figura 1. Top-ul Țărilor străine cu cele mai multe investiții în Moldova IT Park ^[2]

Unul dintre indicii-cheie ai succesului Moldova IT Park este înregistrarea unei creșteri spectaculoase a numărului de rezidenți în parc. La finele anului 2022, numărul total al rezidenților a atins 1.308 de entități, în creștere cu 36% față de anul precedent. Această creștere a marcat un al doilea an consecutiv de dezvoltare dinamică, depășind cu mult primii trei ani de existență a parcului. Cu o creștere medie trimestrială de 86 de companii, Moldova IT Park a atras un număr impresionant de companii tehnologice, consolidându-și astfel statutul de hub IT din regiune.

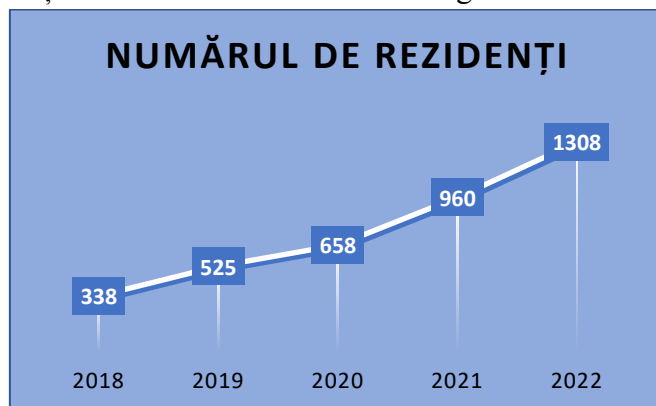


Figura 2. Evoluția numărului de rezidenți în cadrul Moldova IT Park ^[2]

În eforturile de a atrage și menține rezidenții, Moldova IT Park oferă o serie de avantaje și beneficii care contribuie la atractivitatea acestuia pentru companiile de tehnologie și specialiștii din domeniul IT. Unul dintre avantajele majore ale înregistrării în cadrul Moldova IT Park este regimul fiscal preferențial. Companiile membre ale parcului plătesc o taxă lunară unică de 7% din veniturile obținute din vânzări, dar această sumă nu poate fi mai mică decât o sumă minimă lunară per angajat, reprezentând 30% din salariul mediu pe economie pentru acel an (în 2023, 30% x 11 700 de lei = 2 970 de lei). De asemenea, administrarea bugetului companiei devine mai simplă datorită achitării unui singur impozit lunar, eliminând necesitatea unui personal mare pentru calcularea taxelor și

reducând riscul de erori fiscale. Moldova IT Park oferă și conceptul de IT Visa, care simplifică procesul de imigrare a specialiștilor IT străini, facilitând angajarea acestora.

Odată ce Moldova IT Park este o platformă virtuală, rezidenții IT Park beneficiază de libertate, putând activa oriunde în Republica Moldova, fără a fi limitați la o anumită locație.

Un alt aspect important este crearea de condiții de muncă atractive pentru angajați, datorită scutirii de impozite salariale, ceea ce permite oferirea de salarii competitive și atragerea celor mai buni specialiști din domeniul IT.

Moldova IT Park aduce cu sine anumite cerințe și responsabilități pentru companiile care aleg să devină rezidenți în acest cadru. Printre acestea, una dintre dificultăți este legată de plata cotizației lunare stipulate în contract. Cu toate acestea, mulți rezidenți întâmpină confuzii sau lipsă de claritate în ceea ce privește cuantumul acestei cotizații. Vestea bună este că suma nu este atât de impunătoare pe cât s-ar putea crede, calculându-se astfel:

$$\text{Cotizația anuală} = \frac{\text{Bugetul anual al Parcului IT}}{\text{Venitul prognozat al tuturor rezidenților}} \times$$

Venitul prognozat al companiei rezidente

Un alt aspect este necesitatea prezentării unui raport trimestrial Administrației Parcului pentru companiile înregistrate în cadrul Moldova IT Park. Acest lucru implică o urmărire mai strânsă a tranzacțiilor, ceea ce poate solicita mai mult timp și efort. Iar înainte de a semna contractul de aderare la Moldova IT Park, companiile trebuie să informeze angajații cu privire la particularitățile asigurărilor sociale și medicale, precum și la specificul impozitului pe venit din salariu. Aceste informații trebuie acceptate și semnate de către angajații respectivi.

O altă provocare este reprezentată de auditul anual obligatoriu al rezidenților IT Park, care presupune ca fiecare companie rezidentă să fie supusă unei verificări realizate de o entitate de audit sau de un auditor acreditat în Republica Moldova. Rezultatele acestei verificări trebuie prezentate pentru a menține statutul de rezident în cadrul Moldova IT Park. De menționat este faptul că costurile acestui serviciu sunt suportate de companie, care are și libertatea de a alege entitatea de audit potrivită. De asemenea, companiile trebuie să informeze periodic Administrația Parcului cu privire la orice modificări aduse actelor lor statutare, precum schimbarea administratorului, adresei juridice sau a denumirii companiei sau a subdiviziunilor acesteia. Aceste notificări sunt obligatorii conform regulilor Moldova IT Park.

Angajații care își desfășoară activitatea în cadrul companiilor înregistrate în Moldova IT Park se pot confrunta cu câteva dezavantaje notabile. Unul din dezavantaje este legat de calculul indemnizației pentru concediul de îngrijire a copilului și al asigurării medicale. Indiferent de nivelul salariului angajatului în cadrul companiei, aceste beneficii se calculează pe baza salariului mediu prognozat pe economie din acel an, pentru perioada în care angajatul a lucrat la compania din Moldova IT Park. Aceasta înseamnă că, în 2023, cuantumul se bazează pe salariul mediu de 11 700 de lei, reprezentând 68% din acesta. Un alt aspect important este faptul că angajații nu beneficiază de scutiri fiscale, iar orice scutiri neutilizate nu pot fi transmise către partenerii lor, cum ar fi soțul sau soția. Aceasta poate limita flexibilitatea în gestionarea avantajelor fiscale personale.

Analizând datele de la finele anului 2022 se observă faptul că venitul din vânzări realizat de rezidenți în 2022 a fost de 10.175 milioane de lei, depășind cu 32% venitul total prognozat pentru acel an. Aceasta a reprezentat cea mai mare creștere a venitului din vânzări – de 48% în comparație cu prognoza din ultimii 5 ani. O altă realizare remarcabilă, exportul realizat de rezidenții Moldova IT Park în 2022 a fost de 8.762 milioane lei, o creștere de 52% față de anul 2021. Iar ponderea

exporturilor în cifra de afaceri totală a companiilor rezidente a atins 89%, reprezentând cea mai mare valoare în ultimii 5 ani.

Impactul social al sectorului IT și, implicit, al Moldova IT Park, este substanțial și influențează semnificativ viața cotidiană a cetățenilor Republicii Moldova. Prin intermediul tehnologiei, acest sector a adus o serie de transformări pozitive în diferite domenii, inclusiv serviciile publice, educația și accesul la tehnologie.

Unul dintre cele mai notabile aspecte ale impactului social al sectorului IT este modernizarea serviciilor publice. Prin dezvoltarea aplicațiilor și platformelor digitale, cetățenii au acces mai ușor la servicii guvernamentale. Procesele administrative, cum ar fi obținerea de acte, plata taxelor și impozitelor sau programarea la medic, pot fi acum efectuate online. Aceasta nu numai că aduce o mai mare eficiență, dar și transparență în administrarea publică. De asemenea, tehnologia a contribuit la simplificarea și accelerarea procesului de aprobare a proiectelor de dezvoltare urbană și la îmbunătățirea managementului resurselor publice. Aceste inovații au dus la o administrare mai eficientă și la un climat de afaceri mai prietenos în Republica Moldova.

Sectorul IT are, de asemenea, un rol esențial în transformarea sistemului de educație. Cursurile online, platformele de e-learning și instrumentele de colaborare digitală au devenit tot mai accesibile și populare. Elevii și studenții au acum resurse pentru învățarea continuă și dezvoltarea abilităților tehnologice. De asemenea, IT Parkul a lansat proiecte educaționale, precum Moldova IT Career Center, pentru a atrage și pregăti noile talente IT, sprijinind astfel viitorul industriei.

Un alt aspect important este efortul Moldova IT Park de a atrage talente IT din țările vecine și de a dezvolta parteneriate internaționale. Acest lucru se observă prin creșterea vizibilității Moldovei ca destinație IT atractivă pentru investitori, talente și parteneri de afaceri. Participarea la evenimente internaționale, precum Web Summit, și promovarea la nivel internațional a ofertei Moldova IT Park contribuie la creșterea atractivității Moldovei în domeniul IT.

Concluzii.

În concluzie, pe măsură ce Republica Moldova continuă să se dezvolte ca o destinație atractivă pentru industria IT, Moldova IT Park va avea un aport din ce în ce mai semnificativ în facilitarea acestei creșteri. Prin creșterea numărului de rezidenți și exportul de servicii IT, Moldova IT Park contribuie activ la dezvoltarea economică a țării, generând venituri semnificative pentru bugetul național. Acest succes a consolidat statutul Republicii Moldova ca un hub IT dinamic în regiune. Moldova IT Park reprezintă un exemplu elocvent al modului în care o inițiativă guvernamentală corect concepută poate contribui la transformarea pozitivă a unei țări, aducând beneficii durabile pentru cetățeni și economie. Este clar că sectorul IT are un viitor promițător în Republica Moldova, și cu sprijinul inițiativelor precum Moldova IT Park, acest viitor este mai aproape ca niciodată.

Referințe bibliografice:

- [1] Raportul de evaluare a activității parcului pentru tehnologia informației „Moldova IT Park” în anul 2022, elaborată de comisia de evaluare aprobată prin Ordinul nr. 67 din 05.07.2022.
- [2] https://mitp.md/p/public/images/1_MITP_Presentation_2022.pdf

PROMOVAREA INTERNAȚIONALĂ A IMM-URILOR DIN INDUSTRIA VITIVINICOLĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA

BOȘCANEANU Nadejda, MIRON Ana-Maria

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 68 323 399, Email: boscaneanu.nadejda@ase.md

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 79 988 499, Email: am.miron10@gmail.com

Abstract:

This article delves into the international promotion of wine crafted by Moldovan Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) and highlights the international projects that Moldovan SMEs have undertaken to promote their wines abroad, focusing on countries such as Romania, Poland, and South Korea. These initiatives have included market expansion, brand promotion, digital marketing, and participation in prestigious wine competitions. Through these efforts, Moldovan wines have garnered international acclaim and are now enjoyed by wine enthusiasts worldwide. The article underscores the pivotal role played by Moldovan SMEs in elevating the global reputation of Moldovan wines and the potential for further growth in the international wine market. It also recognizes the significance of collaborations, trade agreements, and diplomatic efforts that have contributed to the success of Moldovan wine promotion abroad.

Cuvinte cheie: *promovări digitale, IMM, vinul moldovenesc, proiecte internaționale*

Acest articol vizează analiza succesului internațional al vinului produs de IMM-urile moldovenești, dezvoltării industriei vitivinicole moldovenești în contextul maximalizării potențialului IMM-urilor în această industrie, factorii cheie de dezvoltare internațională și obstacolele întâlnite, precum și formarea unor noi parteneriate internaționale prin intermediul proiectelor și campaniilor digitale. Datorită unei inițiative sporite de a se plasa pe rețelele de socializare și piețele internaționale prin intermediul acestor campanii, IMM-urile moldovenești au fost apreciate cu medalii și premii care dovedesc calitatea vinurilor produse.

Republica Moldova, cunoscută pentru istoria sa bogată în producția vinurilor îmbuteliate de înaltă calitate, se poate mândri cu o serie de întreprinderi mici și mijlocii (IMM-uri) care au devenit pilonii esențiali în dezvoltarea industriei vitivinicole a țării și promovarea acesteia peste hotare. Aceste IMM-uri, precum Vinăria Fautor, Tomai Vinex, Alianța vin, Vinăria din Vale, Domeniile Cuza, Salcuța și Vinăria Novak au promovat inovația în industrie, experimentând cu soiuri de struguri tradiționale moldovenești, dar și internaționale, care au fost folosite pentru producerea vinurilor cu un caracter distinct față de concurenții internaționali. Suprafața podgoriilor moldovenești se întind pe dealurile și pe câmpiile fertile din regiunile din sud și centrul țării, oferind condiții ideale pentru cultivarea soiurilor de viță de vie. Principalele indicații geografice protejate (IGP-uri) din sfera vinicolă în Republica Moldova sunt: IGP Codru, IGP Ștefan Vodă și IGP Valul lui Traian.

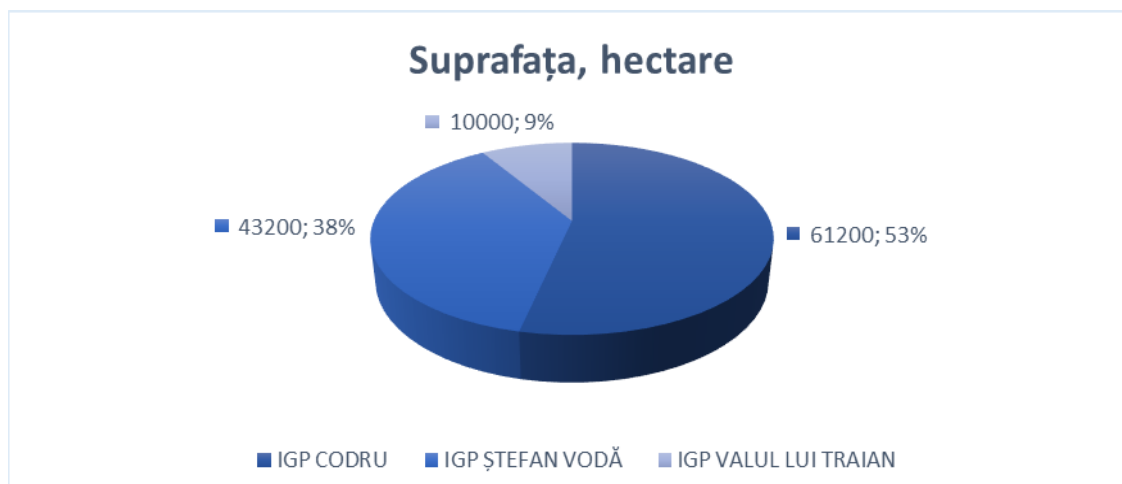


Figura 1. Suprafața ocupată de vița de vie deținute de regiunile vinicole din Republica Moldova

Pentru a promova industria vitivinicolă din Republica Moldova peste hotare, IMM-urile locale se află în fața unor provocări semnificative - să-și extindă sfera de influență și să-și valorifice produsele pe piețele internaționale. Factorii cheie care stimulează abilitatea IMM-urilor de a se remarca pe piața internațională sunt gama de produse, partenerii comerciali și experiența dobândită de-a lungul anilor de activitate:

- Cu cât întreprinderea are o gamă mai diversificată de vinuri, cu atât tendința spre internaționalizare devine mai pronunțată;
- Exporturile și importurile au tendința să crească pe măsură ce întreprinderea se dezvoltă și consolidează relații de parteneriat;
- IMM-urile care sunt la începutul activității lor nu au planuri imediate de a începe activități internaționale în viitorul apropiat din cauza lipsei de experiență.

Principalele obstacole raportate de IMM-uri includ:

- ✓ Resurse insuficiente pentru a finanța exporturile;
- ✓ Dificultatea în identificarea oportunităților de afaceri în străinătate;
- ✓ Informații insuficiente pentru a ajuta IMM-urile să analizeze piețele internaționale;
- ✓ Incapacitatea de a contacta potențiali clienți străini;
- ✓ Dificultatea în obținerea unei reprezentări externe de încredere;
- ✓ Lipsa de timp managerial;
- ✓ Lipsa de personal și/sau instruire adecvată a personalului.

Prin stimularea IMM-urilor din sfera vitivinicolă pe piața internațională, Republica Moldova a reușit să dezvolte parteneriate și relații comerciale cu numeroase țări străine. Prin exportul de vinuri, țara își promovează imaginea și cultura în străinătate, contribuind astfel la negocieri și acorduri comerciale, contacte cu importatori și distribuitori străini, participare la târguri internaționale de profil, precum și respectarea standardelor internaționale de calitate și de siguranță alimentară pentru a câștiga încrederea consumatorilor din afara țării.

Volumul vinului îmbuteliat exportat a ajuns în anul 2021 la 22 milioane litri, valoarea totală fiind de 237 milioane de lei. Astfel, vinurile noastre au fost exportate în 30 de țări, printre care Belarusia, Georgia, România, Marea Britanie, Federația Rusă, Cehia, Germania, Polonia etc. Cu toate acestea, obstacolele întâlnite, precum accesul dificil pe piețele externe sau concurența globală, pot afecta capacitatea IMM-urilor din Republica Moldova de a-și promova vinurile și de a dezvolta relații de succes cu partenerii comerciali străini.

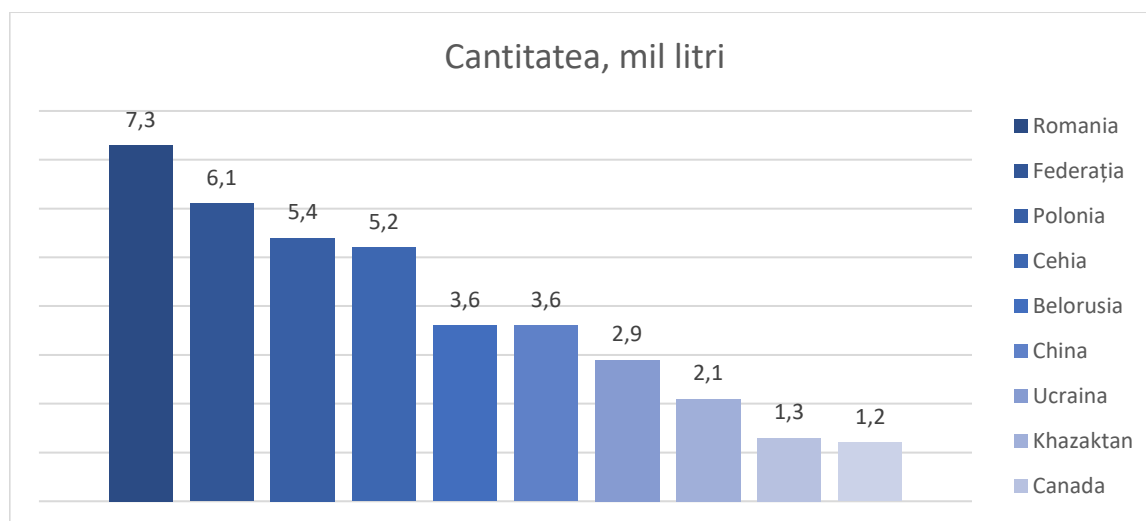


Figura 2. Volumul total al vinului exportat în 2021

În ciuda restricțiilor impuse pe plan mondial din cauza pandemiei COVID-19 și a consecințelor acesteia, întreaga echipă a Oficiului Național al Viei și Vinului (ONVV) a depus eforturi maxime pentru adaptarea activităților de promovare a IMM-urilor ce se ocupă cu producerea de vinuri moldovenești pe piețele naționale și internaționale. La fel, au fost valorificate oportunitățile oferite de mediul online, iar pe platformele digitale a fost înregistrată o prezență tot mai activă.

Câteva campanii în care au fost promovate vinurile produse de IMM-urile moldovenești au fost:

- "Wine of Moldova Stories by Diana Pavalescu". Campania on-line a fost adresată publicului din România în care a fost degustat și apreciat vinul "Celebrele Negre" produs de vinăria Fautor;
- "Moldova Wine Club in Korea" în care au fost promovate vinurile produse de Carpe Diem, Rădăcini, Minis Terrios și Gitana;
- "Systembogalet" un lanț de magazine în Suedia în care au fost promovate vinurile produse de Gitana și Ed Knows.

De asemenea, IMM-urile din Republica Moldova au obținut o gamă largă de medalii și premii participând la concursurile și expozițiile internaționale. Un exemplu ar fi vinăria Fautor, care este fără îndoială cea mai apreciată din țară. În 2023 vinul Orange Traminer a câștigat "Cel mai bun vin alb din Republica Moldova" în cadrul concursului Mundus Vini Summer Tasting 2023, iar vinul Illustro Cabernet Sauvignon-Merlot a fost apreciat cu 93 de puncte și a câștigat medalia de aur la USA Wine Ratings 2023. În cadrul Paris Wine Cup, vinul Limited Edition Barbaro a fost premiat cu medalia de aur, și nu în ultimul rând, vinul Late Harvest Traminer a fost apreciat cu 97 de puncte, luând titlul de "Wine of the year" la London Wine Competition.

Concluzii.

Eforturile constante ale IMM-urilor din industria vitivinicolă din Republica Moldova în ceea ce privește investițiile în tehnologie și îmbunătățirea calității vinurilor au avut un impact pozitiv asupra rezultatelor obținute pe piața internațională ceea ce a generat o creștere a interesului consumatorilor și a recunoașterii vinurilor moldovenești la nivel global. Cu toate acestea, pentru a menține poziția pe piața internațională, este esențial să se continue eforturile de promovare, să se dezvolte parteneriate și să se asigure respectarea standardelor internaționale de calitate și siguranță alimentară. În cele din urmă, promovarea internațională a IMM-urilor din industria vitivinicolă din Republica Moldova a reprezentat o inițiativă care a generat beneficii semnificative pentru sectorul viticol și economia țării

în ansamblu. În ciuda provocărilor majore aduse de pandemie și concurenți internaționali, industria vitivinicolă moldovenească a adoptat strategii inovatoare și abordări eficiente pentru a-și promova produsele pe piața internațională.

Referințe bibliografice:

- [1]. "Raport anual pentru anul 2021", Oficiul Național al Viei și Vinului, 2021.
- [2]. "Wine of Moldova Stories: Oficiul Național al Viei și Vinului lansează o campanie de promovarea a vinurilor pe piața românească", Oficiul Național al Viei și Vinului, 2021
- [3]. "Berliner Wine Trophy 2022", Oficiul Național al Viei și Vinului, 2022
- [4]. "Moldovan wine conquers South Korea!", Oficiul Național al Viei și Vinului, 2023
- [5]. "Vin în Moldova!", Organizația Viței și Vinului, 2023.
- [6]. "33 de medalii pentru Vinul Moldovei!", Oficiul Național al Viei și Vinului, 2023

BORDAREA DE MARKETING INTEGRAT ÎN CADRUL FIRMEI

Angela BOTEZATU ¹ dr., grad didactic superior, Iana MUNTEANU ² gr. PAA 2110G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 069082645, Email: botezatuangelacfb@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 079589609 Email: iana.munteanu001@gmail.com

Abstract. *This article delves into the concept of integrated marketing, analyzes the distinctions between integrated marketing and conventional marketing definitions, and provides insights into the types of organizations that could derive the most advantages from integrated marketing. It concludes with a succinct overview of the elements comprising an integrated marketing plan.*

Cuvinte-cheie: *comunicare integrată de marketing, marketing integrat, marketing tradițional*

Conceptul de **marketing integrat** a apărut grație integrării organizatorice și funcționale a întreprinderii în sensul orientării către client a tuturor diviziilor, compartimentelor și activităților sale și nu doar ale celor cu atribuții exprese în domeniul vânzărilor, relațiilor publice sau studiilor de piață. Concepția de **marketing integrat** este o abordare contemporană care a atras atenția și interesul multora, însă, persistă unele confuzii în ceea ce privește definirea sa și modul în care se diferențiază de marketingul tradițional și de comunicarea integrată de marketing. Acest articol își propune să clarifice aceste aspecte, cu accente pe *definirea marketingului integrat, diferențele dintre marketingul integrat și comunicarea integrată de marketing, nivelele de integrare în marketing* etc.

În opinia lui C. Sasu, integrarea este procesul de combinare și unificare a mai multor elemente într-un tot unitar. Atunci când o companie adoptă o abordare de marketing integrat, toate departamentele acesteia sunt implicate în implementarea acțiunilor de marketing, nu doar departamentul de marketing. Toate entitățile din cadrul companiei contribuie la efortul comun de a satisface nevoile consumatorilor în vederea maximizării profitului.[1, pag. 118]

În această perspectivă, marketingul nu este doar responsabilitatea exclusivă a departamentului de marketing, așa cum nici profitabilitatea nu reprezintă singura responsabilitate a departamentului financiar. În contrast cu rolul mai specializat al activităților de producție, achiziții, vânzări și cercetare-dezvoltare, marketingul devine responsabilitatea fiecărui angajat. Abordarea de marketing provoacă toți angajații companiei, indiferent de specializarea lor, să desfășoare activități conforme cu cerințele pieței, în scopul atingerii obiectivelor de profit ale companiei.

De exemplu, într-o companie orientată spre marketing, managerul de producție se va asigura că sunt implementate standardele de calitate care reflectă cel mai bine cerințele clienților pentru produsele respective, urmărind simultan realizarea cerințelor procesului de producție la costuri cât mai reduse. Managerul de aprovizionare va monitoriza ca materialele achiziționate să îndeplinească cerințele clienților și să fie, în același timp, achiziționate la cele mai mici prețuri posibile. Aceasta poate duce, deseori, la înlocuirea materialelor scumpe cu altele mai ieftine. Cu toate acestea, înainte de a face această schimbare, departamentul de aprovizionare trebuie să colaboreze cu departamentul de marketing pentru a evalua reacțiile clienților la această înlocuire. În interiorul unei companii, departamentul de marketing este cel care trebuie să conducă și să stimuleze implementarea abordării de marketing.

Cu toate acestea, este esențial să subliniem că, pentru a fi eficientă, abordarea de marketing necesită sprijinul deplin al conducerii de vârf a companiei. Departamentul de marketing nu poate aplica abordarea integrată de marketing în mod izolat în cadrul unei companii, la fel cum niciun antrenor de fotbal nu poate câștiga un meci fără o echipă solidă.

Pentru mulți, marketingul integrat și comunicarea integrată de marketing sunt considerate sinonime. Cu toate acestea, în realitate, ele reprezintă concepte distincte. Marketingul integrat abordează aspectele strategice ale mixului de marketing, incluzând produsul, prețul, distribuția și promovarea, sau, cu alte cuvinte, clientul, costul, plasarea și comunicarea.

Pe de altă parte, comunicarea integrată de marketing se concentrează exclusiv asupra funcției de comunicare sau promovare în cadrul activității de marketing. Confuzia apare în rândul celor care nu fac distincția între marketing și promovare (comunicare). Este important de subliniat că promovarea este o componentă a mixului de marketing, în timp ce comunicarea integrată de marketing reprezintă o componentă a marketingului integrat.

Comunicarea integrată de marketing se diferențiază de comunicare (promovare) prin următoarele aspecte:

1. Comunicarea integrată de marketing este mai amplă și se aplică la nivelul întregii companii. Astfel, atrage o varietate mare de resurse ale companiei, cum ar fi oameni, buget și timp. De asemenea, necesită susținerea totală a conducerii companiei.
2. Comunicarea integrată de marketing se concentrează pe comunicarea strategică, nu doar pe promovare. Transmiterea unui mesaj strategic presupune identificarea unei audiențe de importanță strategică, iar mesajul va fi adaptat acestei audiențe strategice.
3. Scopul comunicării integrate de marketing constă în transmiterea misiunii și valorilor de bază ale companiei, nu doar a sloganurilor și temelor care pot avea un caracter temporar.

Marketingul integrat se desfășoară la trei nivele distincte de integrare: *strategic, organizațional și de mesaj*.

Integrarea strategică implică evaluarea și satisfacerea nevoilor publicului țintă prin alocarea de resurse strategice. Integrarea strategică presupune segmentarea și combinarea activelor mixului strategic (produs, preț, plasare), asigurând în același timp un feed-back esențial pentru luarea deciziilor strategice adecvate.

În ceea ce privește *integrarea organizațională*, aceasta implică coordonarea resurselor și împărțirea scopurilor în cadrul companiei. Ideal, acest proces poate fi realizat prin implementarea unei structuri organizaționale, în care toate funcțiile de marketing și comunicare sunt subordonate unui singur vicepreședinte. Această structură reflectă atât importanța, cât și necesitatea coordonării strategiilor de marketing la nivelul organizației.

Integrarea mesajelor presupune că acestea sunt fundamentate pe decizii strategice. Mesajele integrate sunt caracterizate printr-o structură unitară, cu posibilitatea de a fi segmentate pentru a se adapta la diferitele nevoi și așteptări ale audienței țintă.

Fundamental, există două distincții semnificative între marketingul tradițional și marketingul integrat: *orientarea și gândirea strategică*.

În ceea ce privește *orientarea*, aceasta poate fi mai bine înțeleasă prin analizarea celor patru "P" ale mixului de marketing: produs, preț, plasare și promovare. Definițiile tradiționale ale marketingului sunt axate, în principal, pe satisfacerea nevoilor firmelor și acționarilor, nu a clienților. Deciziile tradiționale vizează produsele de ales, prețurile de practicat, canalele de distribuție și modalitățile de promovare ale companiei.

O nouă paradigmă propune modificarea celor patru „P” cu cei patru „C”:

- 1 „C” – client;
- 2 „C” – cost;
- 3 „C” – conveniență;
- 4 „C” – comunicare.

Desigur, cei patru „P” și cei patru „C” pot părea similari și pot aborda aceleași patru categorii (vezi Tabelul 1), dar nu trebuie să fie confundați. Este crucial de menționat că cei patru „C” sunt abordați din perspectiva clienților sau a audienței țintă, nu a firmei. Astfel:

- *în locul centrării pe produs, se pune accentul pe client.* În context clasic, companiile dezvoltă un produs și apoi folosesc marketingul pentru a încerca să creeze o nevoie în rândul pieței. În zilele noastre, cu acces instantaneu la informații și soluții prin internet, companiile nu sunt obligate să creeze nevoi, ci să dezvolte produse care pot rezolva problemele existente pentru clienți. Prin urmare, întreprinderile ar trebui să investească în studii de piață amănunțite. Atunci când sunt planificate produsele, trebuie să fie determinată oferirea soluțiilor la punctele dureroase ale clienților. În acest fel, nu este comercializat un produs, ci se comercializează o soluție pentru nevoile clienților.
- *în loc de accent pe preț, se pune accentul pe cost.* Eticheta de preț de pe produs este doar un element al costului total al unui produs pentru a satisface nevoia clientului. A analiza costul total pentru a satisface nevoia clientului înseamnă a lua în considerare cât îl costă pe client în termeni de timp (de exemplu, deplasarea la magazin), bani (de exemplu, taxe, benzină, taxe de parcare), fizic (de exemplu, creșterea în greutate din conținutul de zahăr) și din punct de vedere emoțional (de exemplu, implicațiile morale ale consumului de carne).
- *în locul distribuției, se pune accentul pe conveniență.* Trecerea de la loc la confort se referă la cât de ușor (sau dificil) este pentru un client să cumpere de un comerciant. Există un magazin online? Există livrare? Care este costul suplimentar de livrare? Amplasamentul comerciantului este în proximitate? Totul ține de confortul întregii experiențe a clienților. Acestea sunt toate întrebările pe care trebuie de răspuns pentru a oferi clientului cea mai convenabilă soluție. Este important ca procesele companiei să nu împiedice experiența clienților. Călătoria utilizatorului și experiența utilizatorului sunt mai importante ca niciodată.
- *în locul promovării, se pune accentul pe comunicare.* În mod tradițional, marketingul a fost un proces unidirecțional. Marketingul modern a devenit o conversație bidirecțională între mărci și părțile interesate ale acestora. Clienții trebuie ascultați. Cu ce au nevoie de ajutor? Cum se lucrează cu ei pentru o soluție reciproc avantajoasă? Deciziile consumatorilor se bazează pe implicarea cu mărcile și propriile comunități. Este importantă interacțiunea cu consumatorii. Marketingul de succes atrage clienții potriviți, câștigându-le încrederea și loialitatea construind relații semnificative, care adaugă valoare ambelor părți.[3]

Tabelul 1. Diferența dintre marketing tradițional și marketing integrat

Cei patru „P” ai marketingului tradițional	Cei patru „C” ai marketingului integrat
Produs	Client/consumator
Preț	Cost
Plasare	Conveniență
Promovare	Comunicare

Marketingul integrat se axează pe piață și adoptă o perspectivă orientată spre client. Deși, diferențierea semantică dintre preț și cost poate părea redusă, între conveniență și plasare există diferențe semnificative, iar între comunicare și promovare există o diferență considerabilă, trecând de la comunicarea într-o singură direcție (de la firmă la client) la o comunicare bidirecțională (de la firmă la client și de la client la firmă). [2]

Cea de-a doua diferență se referă la gândirea strategică. Marketingul integrat solicită o abordare strategică, bazată pe evaluări realiste ale problemelor și oportunităților. Mai mult, subliniază că planul strategic trebuie să țină cont de evaluarea realistă a activelor strategice, precum și a resurselor de timp, buget și personal.

Într-o altă abordare conceptul de marketing integrat vizează constituirea în cadrul structurii organizatorice a firmei a unui compartiment specializat de marketing - subordonat conducerii și în cadrul căruia sunt grupate toate activitățile de marketing. Această formulă corespunde celui de-al doilea stadiu din evoluția organizării de marketing. În acest caz, marketingul este ridicat la nivelul de funcție a firmei, deci importanța ei este pe deplin recunoscută, exprimând o viziune modernă în abordarea practicii economiei contemporane.

Concluzii. Marketingul integrat depășește cu mult sfera simplă a promovării sau comunicării, abordând o gamă mai extinsă de probleme la nivelul întregii companii. Se distinge printr-un caracter mult mai pronunțat în comparație cu marketingul tradițional și se concentrează asupra gestionării activelor strategice pentru atingerea obiectivelor strategice. Acesta evidențiază o orientare sporită către client în detrimentul focusului pe firmă. Este important de menționat că marketingul integrat nu reprezintă o soluție universală sau panaceu. Cu toate acestea, pentru companiile aflate în situații dificile sau care se confruntă cu oportunități atractive, adoptarea marketingului integrat poate dovedi a fi extrem de eficace, oferind o metodă eficientă pentru realizarea misiunii și atingerea obiectivelor companiei.

Referințe bibliografice:

- [1].Sasu C. *Abordarea strategică a marketingului integrat*. În: Analele Științifice ale Universității „A. I. Cuza”, Iași, 2005, pp. 117-122
- [2].Sasu C., Andrieș R. *Comunicarea integrată de marketing*. Gheorgheni: Editura F&F International, 2003
- [3].<https://blog.penguin.co.za/blog/the-integrated-marketing-mix-translating-the-4-ps-into-the-4-cs> - Tranziția de la „4P” la „4C”

PLANIFICAREA STRATEGICĂ A RESURSELOR ȘI ACTIVITĂȚII COMPANIILOR DE ASIGURĂRI DIN REPUBLICA MOLDOVA

Angela BOTEZATU¹ dr., grad didactic superior, Diana NICOARA², Cătălina MOCANU³

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2068, Republica Moldova, Tel: 069082645, E-mail: botezatuangelacfb@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2068, Republica Moldova, Tel: 068531192, E-mail: diananicoara66@gmail.com

³Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2068, Republica Moldova, Tel: 079100059, E-mail: katmocanu@gmail.com

Abstract. In this article the authors presented the strategic resource planning of insurance companies in the Republic of Moldova. By reading further the paper you will discover what these resources are made of and what they are used on to a certain extent. You will be able to observe their development over time and draw conclusions about the size of annual expenditure for a particular insurance department. You will also find the analysis of factors influencing the activity of insurance companies and their classification. Thanks to it, it will be easier to identify the development trends of insurance companies.

Cuvinte-cheie: asigurări, contracte de asigurare, despăgubiri, distribuire, planificare, protecție, resurse.

Winston Churchill afirma cu înțelepciune: „Dacă ar fi după mine, aş scrie cuvântul „asigurare” pe uşa fiecărei case şi pe fruntea fiecărui om, pentru că sunt convins că, pentru sacrificii neconcepute de mici, familii întregi pot fi protejate împotriva catastrofelor care le-ar putea distruge pentru totdeauna...”. Această viziune reflectă importanța esențială a asigurărilor în viața noastră.

În același timp, planificarea strategică a resurselor și activității companiilor de asigurări joacă un rol-cheie în asigurarea succesului pe termen lung. Acest proces esențial implică stabilirea obiectivelor pe termen lung, identificarea resurselor necesare și dezvoltarea de strategii pentru a asigura că aceste obiective sunt atinse, adaptându-se la schimbările din mediul de afaceri. Așadar, articolul urmărește să analizeze acest proces crucial și modul în care contribuie la stabilitatea și succesul companiilor din industria asigurărilor.

Legea nr. 92 din 2022 privind activitatea de asigurare și reasigurare reprezintă coloana vertebrală a industriei asigurărilor din Republica Moldova, stabilind norme și reguli esențiale pentru asigurarea stabilității și eficienței acestui sector vital. Această lege joacă un rol esențial în asigurarea protecției consumatorilor, stabilității financiare și dezvoltării durabile a pieței de asigurări din țară prin următoarele prevederi:

- 1. Cerințe:** Legea stabilește cerințe stricte privind capitalul minim, lichiditatea, gestionarea riscurilor și raportarea financiară pentru societățile de asigurare și reasigurare, asigurând astfel stabilitatea financiară și abilitatea acestora de a face față situațiilor dificile.
- 2. Supravegherea grupurilor:** Legea reglementează supravegherea grupurilor de asigurare și reasigurare pentru prevenirea riscurilor sistemice și asigurarea conformității cu regulamentele.
- 3. Regimul situațiilor dificile:** Se definesc proceduri și reguli specifice pentru societățile de asigurare și reasigurare aflate în dificultate, minimizând impactul asupra pieței și clienților.

4. Reorganizarea și lichidarea: Legea reglementează procesele de reorganizare și lichidare a societăților de asigurare și reasigurare pentru a se asigura că acestea se desfășoară în mod transparent și eficient.

5. Autoritate de supraveghere: Stabilește rolul, competențele și atribuțiile autorității de supraveghere în ceea ce privește supravegherea pieței asigurărilor și cooperarea cu alte entități pentru asigurarea respectării legii și bunei funcționări a pieței. Această lege contribuie la stabilitatea și transparența industriei asigurărilor din Republica Moldova. [1]

Dinamica resurselor financiare ale companiilor de asigurări este un subiect de interes major, relevând informații esențiale despre veniturile, activele, rezervele, profitabilitatea și alte aspecte cheie care conturează sănătatea financiară a acestor entități. În contextul Republicii Moldova, caracterizată de o creștere economică fluctuantă și de schimbări structurale, analiza resurselor financiare ale companiilor de asigurări devine crucială pentru a evalua contribuția și impactul sectorului asigurărilor în cadrul pieței financiare și în asigurarea securității financiare a populației. O privire de ansamblu a evoluției resurselor financiare ale companiilor de asigurări este prezentată în tabelul 1. Analizând datele din acest tabel putem urmări modificarea acestor resurse pe parcursul anilor 2019-2023.

Tabelul 1. Dinamica în timp a resurselor companiilor de asigurări

Anii	Contracte de asigurare/reasigurare încheiate în perioada de raportare		Numărul daunelor/îndemnizațiilor achitate în perioada de raportare		Ponderea daunelor în totalul contractelor, %
	Polițe emise, unități	Suma asigurată, lei	Unități	Suma, lei	
2023, trimestrul I	392 694	172 132 512 395	16 253	234 767 812	4,14
2022	1 935 156	801 173 461 620	61 293	905 682 394	3,17
2021	2 011 476	1 298 790 832 525	56 547	662 136 928	2,81
2020	1 276 332	1 066 476 887 242	46 055	583 928 423	3,61
2019	1 445 237	1 137 269 857 950	37 491	496 053 348	2,60

Sursa: Elaborat de autori în baza rapoartelor privind activitatea de bază a asiguratorului pentru anii 2019-2023 publicate pe www.bnm.md

De-a lungul unei perioade de timp s-a stabilit pe baza datelor statistice, că anual există riscul de a pierde 5% din numărul de obiecte asigurate. Societatea de asigurare va trebui să stabilească nivelul primelor în așa fel, încât fondul de asigurare format din primele încasate de pe urma asigurării a 100 obiecte să fie suficient de mare pentru a putea acoperi contravaloarea a cinci obiecte care există aproape certitudinea că vor fi pierdute în perioada asigurată.

Analizând datele din Tabelul 1 observăm că condiția de 5% se respectă în toți anii. Astfel pentru perioada 2019-2023 ponderea daunelor în totalul contractelor are o mărime medie de 3,27%.

Conform datelor din tabel putem remarca că în anul 2021 numărul contractelor de asigurare/reasigurare încheiate, respectiv numărul de polițe emise, este cel mai mare din ultimii 5 ani analizați având o pondere de 28,49% din totalul polițelor emise pe parcursul anilor 2019-2023. Acest fapt poate fi influențat și de nivelul PIB-ului pentru anul 2021 care, conform Biroului Național de Statistică, a înregistrat o creștere de 13,9% în termeni reali comparativ cu anul 2020. Cu toate acestea,

cele mai multe daune provocate care au fost și achitate s-au produs în anul 2022, acestea fiind 61.293 la număr.

Analizând în continuare tabelul, observăm că mărimea resurselor atrase în fondurile de asigurare nu depind în totalitate de numărul de polițe emise. Chiar dacă în anul 2022 s-au încheiat cu 658 824 mai multe contracte decât în 2020, suma asigurată este cu 265 303 425 622 lei mai mică. Din această diferență putem formula următoarea concluzie: companiile de asigurări trebuie să țină cont de tipul polițelor de asigurare oferite și nu de numărul acestora atunci când își planifică mărimea resurselor atrase în fondurile de asigurări.

În aceeași ordine de idei, putem remarca că, deși, a fost analizat doar primul trimestru din anul 2023, mărimea contractelor încheiate și a daunelor achitate a atins aproape un sfert din mărimea acestora pentru anul 2022. Astfel, contractele pentru anul 2023 au o pondere de 20,29% din totalul contractelor pentru anul 2022, iar daunele achitate în 2023 au o pondere de 26,52% din totalul daunelor achitate în anul 2022.

Aceste cifre reflectă în mare parte aspectele planificării eficiente a resurselor, inclusiv planificarea strategică a acestora.

Planificarea strategică reprezintă un proces esențial în managementul organizațional și se bazează pe dezvoltarea de strategii și planuri care să ghideze o organizație către atingerea obiectivelor sale pe termen lung. Această abordare a devenit o disciplină complexă în sine, iar literatura de specialitate abundă în teorii, metode și practici care ajută organizațiile să-și definească viziunea, să stabilească direcțiile strategice și să identifice resursele necesare pentru a-și realiza obiectivele. Cărțile despre planificarea strategică acoperă o gamă largă de subiecte, inclusiv teoria strategiei, procesele de planificare, analiza mediului de afaceri și evaluarea performanței strategice. Un aspect crucial în planificarea strategică este analiza SWOT, care reprezintă o metodă de evaluare a punctelor tari, punctelor slabe, oportunităților și amenințărilor cu care se confruntă o organizație.

Tabelul 2. Analiza SWOT a mediului de activitate a companiilor de asigurări din Republica Moldova

Puncte Tari - Experiența în industrie a companiilor cu o prezență îndelungată pe piață. - Oferă o gamă largă de produse și servicii de asigurare ce pot atrage o bază mai mare de clienți. - Reputația formată și încrederea clienților în companiile de asigurări ce sunt de mulți ani pe piață. - Utilizarea tehnologiilor ce cresc eficiența de deservire operativă a clienților.	Puncte Slabe - Reglementările în domeniul asigurărilor pot fi complicate și costisitoare pentru companii. - Piața asigurărilor din RM este competitivă, ceea ce poate duce la presiuni asupra prețurilor și marjelor de profit. - Uneori, asigurările pot avea o reputație negativă în rândul publicului, ceea ce poate influența deciziile clienților.
Oportunități - Creșterea conștientizării asupra importanței asigurărilor poate crea oportunități de extindere a pieței. - În condițiile unei creșteri economice, oamenii pot fi mai dispuși să investească în asigurări. - Inovațiile tehnologice pot aduce îmbunătățiri semnificative în modul în care asigurările	Amenințări - Evenimente precum cutremure, inundații sau calamități naturale pot genera costuri semnificative de despăgubire pentru companii. - Modificări în legislație sau reglementare pot afecta operațiunile și rentabilitatea companiilor de asigurări. - Companiile de asigurări trebuie să se adapteze

sunt oferite și gestionate. - Companiile pot beneficia de parteneriate cu alte entități, cum ar fi instituții financiare sau furnizori de servicii medicale.	la noile tehnologii pentru a rămâne competitive. - Instabilitatea economică poate reduce capacitatea clienților de a plăti primele de asigurare.
---	---

Concluzii.

În contextul complex al industriei asigurărilor din Republica Moldova, planificarea strategică reprezintă călăuza care îndrumă companiile în direcția corectă. Aceasta implică nu doar stabilirea de obiective și strategii, ci și evaluarea constantă a mediului de afaceri, anticiparea schimbărilor legislative și a cerințelor consumatorilor. Companiile care abordează cu seriozitate planificarea strategică au o șansă mai mare de a-și proteja stabilitatea financiară și de a se adapta la noile provocări cu încredere.

Referințe bibliografice:

- [1]. Lege nr. 92 privind activitatea de asigurare sau de reasigurare, din 07.04.2022 In: Monitorul Oficial nr. 129-133, din 29.04.2022
- [2]. <https://www.bnm.md/ro/content/date-statistice-generale-privind-sectorul-asigurari-asigurarile-rca-si-carte-verde> - pagina oficială a BNM. Statistici și publicații. Date statistice generale privind sectorul asigurări, asigurările RCA și Carte Verde.
- [3]. <https://www.infotag.md/> - portal de știri

ANTREPRENORIATUL SOCIAL: PERSPECTIVE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

Bugai Victoria¹, prof., grad didactic unu, **Nichitovici Iurie**², elev, gr.EA4/1

¹ IP Colegiul Tehnic Agricol din Soroca, str. C.Bălțului2, Republica Moldova, tel.069668527, email: victoria.bugai@mail.ru

² IP Colegiul Tehnic Agricol din Soroca, str. C.Bălțului2, Republica Moldova, tel.067326378, email: nikitovich04@bk.ru

Abstract

As social entrepreneurship is currently experiencing unprecedented growth at the international level, but is a relatively new concept for Moldova, I aim to conduct a research and documentation activity regarding the situation and factors influencing social entrepreneurship in the Republic of Moldova.

Objectives of the Work:

- *To present the concept of social entrepreneurship;*
- *To outline the benefits of the existence of social enterprises;*
- *To analyze the situation in the Republic of Moldova regarding the development of social entrepreneurship;*
- *To analyze issues related to the development of social entrepreneurship;*
- *To highlight the means through which the development of social entrepreneurship in the Republic of Moldova could be achieved.*

Cuvinte cheie: *antreprenoriat social, economia socială, problemă socială, grupuri defavorizate, incluziune socială, ONG-uri, întreprinderi comerciale, nevoi.*

Actualitatea temei. În prezent, economia socială și antreprenoriatul social au cunoscut o dezvoltare fără precedent la nivel internațional și în mai multe state ale lumii, Uniunii Europene, însă este un concept relativ nou pentru Moldova și a fost valorificat insuficient.

Scopul lucrării: realizarea unei activități de cercetare-documentare cu privire la situația și factorii care influențează antreprenoriatul social în Republica Moldova.

Sarcinile lucrării :

- de a prezenta conceptul de antreprenoriat social;
- de a prezenta beneficiile existenței întreprinderilor sociale;
- de a analiza situația în RM în ceea ce privește dezvoltarea antreprenoriatului social;
- de a analiza problemele ce sunt legate de dezvoltarea antreprenoriatului social;
- de a evidenția mijloacele prin care s-ar putea realiza o dezvoltare a antreprenoriatului social în Republica Moldova.

MOTTO “Profitul și moralitatea sunt o combinație greu de învins.”

(Hubert H.Humphrey)

Conceptul de antreprenoriat social este foarte cunoscut în SUA și țările vest europene și este caracterizat de către Gary McPherson, Director Executiv al Centrului Canadian pentru Antreprenoriat Social, drept “combinația esenței afacerilor cu cea a comunității, prin intermediul creativității individuale”.

Ideea **antreprenoriatului social** are o conotație extrem de generoasă și pare foarte actuală în vremurile noastre. Deși conceptul de antreprenoriat social câștigă popularitate, el are semnificații diferite pentru persoane diferite. Foarte mulți asociază antreprenoriatul social exclusiv cu

organizațiile non-profit care încep o activitate aducătoare de venit sau de profit. Alții îl folosesc pentru a se referi la afaceriștii care integrează obiective sociale în cadrul operațiunilor lor.

Antreprenoriatul social poate lua mai multe forme de definire:

Antreprenoriatul social este o formă a antreprenoriatului în care întreprinderea socială înființată este orientată spre rezolvarea unei probleme de natură socială și nu spre obținerea de profit. Veniturile rezultate sunt o formă de asigurare a autonomiei financiare a întreprinderii sociale.

Antreprenoriatul social – arta de a asigura simultan atât rezultatul financiar, cât și cel social al investițiilor. (*The Institute for Social Entrepreneurs (USA)*).

Antreprenoriatul social – zona în care se întâlnesc sectorul privat și voluntariatul. Fondatorii acestor întreprinderi combină conștiința socială cu abilitățile comerciale. Pentru ei, responsabilitatea socială nu este un “extra”, ci este esența (*Dr. Richard Steckel și Jack Boy*).

Antreprenoriatul social precum și metodele sale specifice împrumutate din lumea de afaceri a devenit și devine din ce în ce mai popular în rândul oamenilor preocupați să rezolve o anumită problemă socială și în același timp să câștige și bani pe parcursul acestui proces. Antreprenorii sociali găsesc soluții inovative la ceea ce ei definesc probleme sociale la nivel local, regional, național sau internațional.

Unul din **scopurile** principale ale antreprenoriatului social este incluziunea în câmpul muncii a categoriilor de cetățeni care aparțin grupurilor defavorizate, formarea lor profesională la locul de muncă, dezvoltarea abilităților de a munci, socializarea lor.

Antreprenoriatul social are următoarele **obiective**:

- producerea de bunuri și/sau prestarea de servicii care contribuie la bunăstarea comunității sau a membrilor acesteia;
- promovarea, cu prioritate, a unor activități care pot genera sau asigura locuri de muncă pentru încadrarea persoanelor aparținând grupurilor defavorizate;
- dezvoltarea unor programe eficiente de formare dedicate persoanelor din grupurile defavorizate;
- dezvoltarea serviciilor sociale pentru creșterea capacității de inserție pe piața muncii a persoanelor din grupurile defavorizate;
- implicarea indivizilor în dezvoltarea durabilă a comunităților locale;
- dezvoltarea unei societăți incluzive și a responsabilității sociale;
- permutarea accentului de pe asistența socială pe promovarea practicilor de incluziune socială, transformând astfel persoanele defavorizate din consumatori de resurse în generatori de valoare.

Dacă e să ne referim la diferența dintre antreprenor social și cel comercial, atunci are legătură cu scopul, sau ce intenționează antreprenorul să maximizeze. Pentru antreprenorii sociali, cel mai important este să maximizeze o formă a impactului social, în mod uzual prin adresarea unei nevoi urgente care este uitată sau ignorată de alte instituții. Pentru antreprenorii orientați spre profit, obiectivul este să maximizeze profitul sau bunăstarea deținătorilor de participații, să se contruiască o entitate respectată care oferă valoare consumatorilor și un sens al muncii pentru angajați. Lumea are nevoie de ambele tipuri de antreprenori. Nu ar trebui ca unul să-i fie superior celuilalt, chiar dacă antreprenoriatul social este mai provocator pentru că se întâlnește cu probleme ignorate guvernamental sau pentru care soluțiile pieței încă nu au fost demonstrate.

Antreprenoriatul social este un fenomen foarte controversat și îndelung dezbătut, existând numeroase abordări teoretice și practice. Bineînțeles că factorii de natură economică, legislativă, socială, tehnologică, specifici unei țări influențează forma de manifestare și intensitatea acestui fenomen. De

aceea am considerat necesară realizarea acestui studiu cu privire la forma de manifestare a antreprenoriatului în Republica Moldova.

Implicarea socială impune colaborări și parteneriate care constituie cadrul în care întreprinderea și partenerul său dezvoltă obiective pe termen lung, proiecte și mecanisme de implicare socială. Chiar dacă cercetarea pe care o fac nu a confirmat existența unor legături strânse între întreprinderi comerciale și ONG-uri, confirm că parteneriatele și colaborările cu ONG-urile sunt soluții viabile și realizabile în contextul actual din Republica Moldova. Însă, sunt la o scară mult mai redusă, fapt ce impune utilizarea condiționată a acestei teorii la nivelul marilor întreprinderi.

Rezultatele obținute prin chestionarul aplicat pe parcursul colectării datelor pentru acest studiu pune în evidență faptul că aproximativ jumătate din ONG-urile active din Republica Moldova (45,7%) nu sunt implicate sub nici o formă în activități de antreprenoriat social. Dacă ținem cont și de faptul că, deseori, activitățile de antreprenoriat social sunt confundate de către reprezentanții ONG-urilor cu alte tipuri de activități de generare de venit (ex.: prestare de servicii, fundraising, etc.), putem afirma că numărul ONG-urilor ce sunt implicate în asemenea activități este semnificativ mai mică

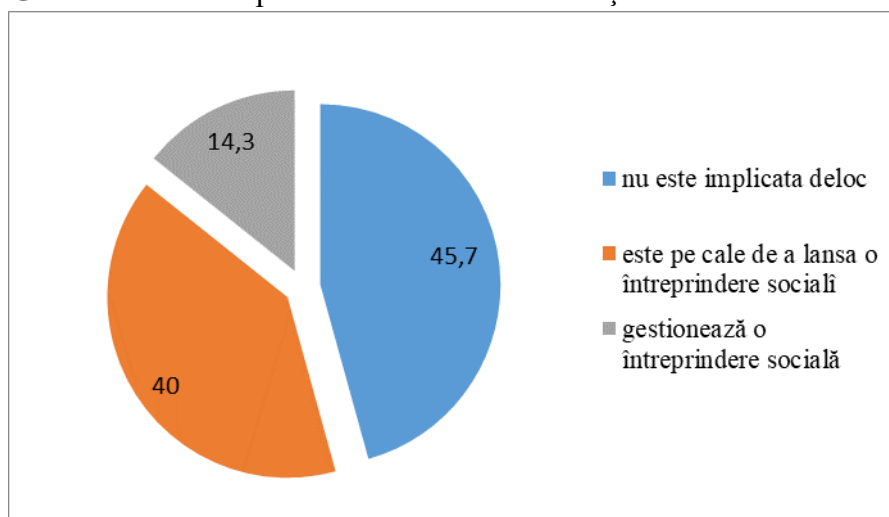


Diagrama.1. Implicarea organizațiilor în activități de antreprenoriat social

În Republică avem circa 16 întreprinderi sociale, care practică diferite genuri de activitate (agricultură durabilă, catering, creșterea păsărilor și a iepurilor, creșterea legumelor în sere, confecționarea buchetelor și agendelor, servicii de sănătate, ș.a).

În urma cercetării efectuate printre reprezentanții ONG-urilor, au fost identificate trei bariere majore. Astfel, cea mai mare dificultate cu 54,3% a fost menționată insuficiența de cunoștințe în domeniul lansării și dezvoltării întreprinderilor sociale. Aceasta este urmată de lipsa facilităților legale și fiscale, cu 31,4%, cea de-a treia fiind accesul limitat la practici de succes – 14,3%.

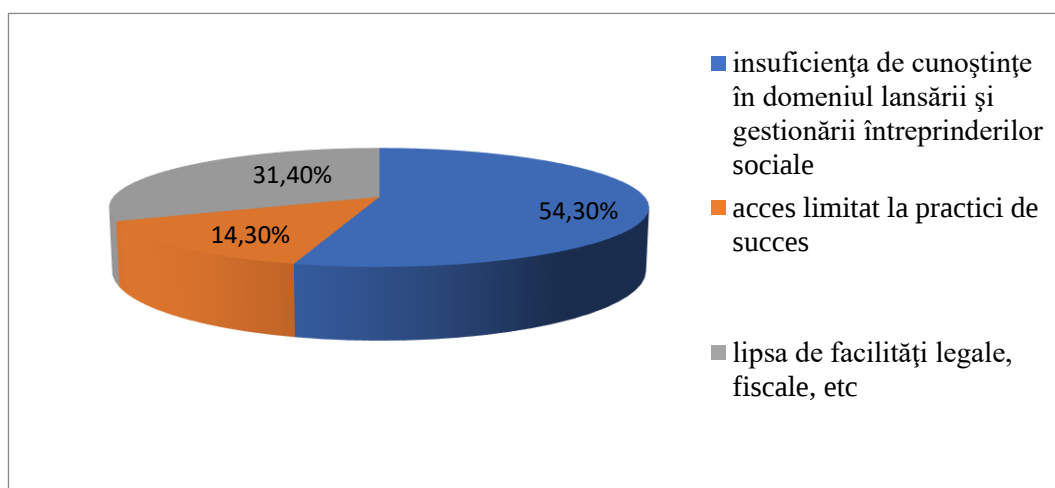


Diagrama 2. Barierele în dezvoltarea întreprinderilor sociale în Republica Moldova

Dar totuși, cu pași mici, dar siguri, Republica Moldova, susține dezvoltarea acestui sector prin:

- instituțiile de învățământ implimentează programe de formare și cursuri de antreprenoriat social,
- Republica Moldova colaborează cu organizații internaționale pentru dezvoltarea antreprenoriatului social,
- Guvernul RM se implică în dezvoltarea politicii și antreprenoriatului social prin programe specifice, care oferă sprijin financiar și tehnic pentru proiectele de antreprenoriat social,
- organizațiile neguvernamentale și alte părți interesate oferă consultanță, traininguri și suporturi financiare.

Concluzii.

Economia socială presupune identificarea nevoilor și a lipsurilor fiecărei persoane în parte, problemele sale găsiindu-și rezolvare prin implicarea comunității și a identificării unei soluții, de cele mai multe ori personale. Acest fapt definește antreprenoriatul social: ideea de a face bine sieși și comunității, de a aduce destinul tău la dispoziția celorlalți nu pentru distribuire, ci pentru exemplificarea actului de implicare și creație a unui gen de activitate care să genereze bunăstare.

Referințe bibliografice:

- [1]. Proiectul Programului Național de Dezvoltare a Antreprenoriatului Social 2021-2025;
- [2]. Antreprenoriatul social în Republica Moldova: Realități și perspective, studiu, Chișinău, 2013;
- [3]. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=101472&lang=ro
- [4]. https://antreprenoriatsocial.md/media/files/RO_EU4Youth_REGULATORY_ANALYSIS_14052021.pdf

ANTREPRENORIATUL SOCIAL - UN ALTFEL DE ANTREPRENORIAT

Galina BUGENKO ¹ grad didactic superior, **Luminița POSTOLACHI** ² gr. PAA 2111G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova

Abstract

In this paper, the term social entrepreneurship and its characteristics are described. An alternative to entrepreneurship with a different purpose: solving social problems in the interest of the community through a mission with impact - social entrepreneurship. The author reflected the legislation through the European and Moldovan perspectives on the list of existing enterprises in the Republic of Moldova in the field of social entrepreneurship. Social entrepreneurship has two organizational-legal forms: the Social Enterprise and the Social Integration Company. Following a survey based on respondents from the Republic of Moldova, some conclusions were drawn regarding the respondents' knowledge regarding social entrepreneurship.

Cuvinte cheie: antreprenoriat, antreprenoriat social, incluziune socială, întreprinderea socială, întreprinderea socială de inserție, domeniile de activitate, scopurile, întreprinderi sociale în Republica Moldova.

Antreprenoriatul social este un model de business care se caracterizează printr-o abordare antreprenorială inovativă a activității, scopul principal al căruia este rezolvarea problemelor sociale în interesul comunității printr-o misiune cu impact. Acesta contribuie la creșterea incluziunii sociale, crearea de locuri de muncă, implicarea persoanelor aparținând grupurilor în situații de risc în activități economice și facilitarea accesului acestora la resursele și serviciile sociale.

Profitul întreprinderilor care practică antreprenoriatul social se reinvestește pentru a susține o cauză socială, a identifica noi nevoi sociale, a încuraja incluziunea în societate a persoanelor cu necesități speciale, a realiza piețe pentru nevoile neacoperite, a asigura ocuparea forței de muncă, a soluționa probleme de mediu și a utiliza resurse alternative. Scopul principal al întreprinderilor sociale, în comparație cu scopul economiei de piață, nu este obținerea de profit, ci constă în îmbunătățirea condițiilor de viață și oferirea de noi oportunități pentru persoanele în situații de risc sau făcând parte din categorii vulnerabile.

Antreprenoriatul social contribuie la dezvoltare locală și oferă beneficii și avantaje în 2 direcții: cea economică și cea socială - se referă la dezvoltarea capitalului uman, gradului ridicat de transparență al instituțiilor și o atitudine proactivă în ceea ce privește dezvoltarea sustenabilă.

Activitatea de antreprenoriat social, desfășurată de întreprinderile sociale și întreprinderile sociale de inserție, este orientată spre îmbunătățirea condițiilor de viață și oferirea de oportunități persoanelor din categoriile în situații de risc ale populației prin consolidarea coeziunii economice și sociale, inclusiv la nivelul colectivităților locale, prin ocuparea forței de muncă, prin dezvoltarea serviciilor sociale în interesul comunității, prin creșterea incluziunii sociale.

Un atribut foarte important al afacerilor sociale este acela de a identifica în cadrul grupurilor în situații de risc acele persoane suficient de motivate încât să creadă într-o schimbare și care au capacitatea, și dorința de a acționa. Dezvoltarea socială urmărește cu același interes bunăstarea individuală, cât și o coeziune socială.

O întreprindere socială funcționează ca un agent economic, produce bunuri și servicii pe care le oferă pe piață, dar își conduce operațiunile și redirecționează surplusul pentru a îndeplini scopurile sociale, culturale sau de protecție a mediului. Întreprinderea socială urmărește realizarea a două **scopuri** principale:

- 1) îndeplinirea obiectivelor sociale, culturale, de protecție a mediului, etc.;
- 2) obținerea de venituri pentru îndeplinirea obiectivelor.

Printre principalele **domenii de activitate** ale entităților de economie socială se enumeră: prestări servicii, agricultură și industrie alimentară, comerț și producție industrială.

În cadrul Uniunii Europene principalele forme de organizare ale economiei sociale sunt: cooperativele și societățile mutuale, asociațiile și fundațiile, considerate totodată și forme tradiționale ale sectorului.

Pentru Republica Moldova noțiunea de antreprenoriat social a intrat în uz legal în anul 2017, odată cu introducerea modificărilor în Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi. Articolele 361-365 din Legea nr. 845/1992 reglementează aspecte ce vizează antreprenoriatul social. Legea respectivă prevede că activitatea de antreprenoriat social este orientată spre îmbunătățirea condițiilor de viață și oferirea de oportunități persoanelor din categoriile defavorizate ale populației prin:

- consolidarea coeziunii economice și sociale, inclusiv la nivelul colectivităților locale,
- prin ocuparea forței de muncă,
- prin dezvoltarea serviciilor sociale în interesul comunității,
- prin creșterea incluziunii sociale.

Activitățile de antreprenoriat social sunt orientate spre:

- crearea locurilor de muncă și încadrarea, în mod prioritar, a persoanelor din categoriile defavorizate ale populației;
- protecția și promovarea drepturilor persoanelor cu dizabilități și ale familiilor lor în scopul incluziunii sociale a acestora;
- realizarea activităților de turism și sport în scopul recreerii și al socializării;
- gestionarea deșeurilor în scopul reducerii acestora și reintroducerii lor maximale în circuitul economic, precum și în scopul prevenirii poluării mediului;
- realizarea activităților din domeniile educației, culturii, ocrotirii sănătății, protecției și asistenței sociale, a celor ce țin de creșterea bunăstării și dezvoltarea comunitară, dacă aceste activități sunt îndreptate exclusiv spre consolidarea coeziunii economice și sociale, și creșterea incluziunii sociale.

Principalele **forme organizatorico-juridice** ale antreprenoriatului social în Republica Moldova sunt: întreprinderile sociale și întreprinderile sociale de inserție.

Întreprinderea socială este întreprinderea constituită de asociații obștești, fundații, culte religioase, instituții private și/sau persoane fizice care desfășoară activități de antreprenoriat social în vederea soluționării unor probleme sociale de interes comunitar. **Întreprinderea socială de inserție** este întreprinderea socială care are ca scop crearea locurilor de muncă și încadrarea, în mod prioritar, a persoanelor din categoriile defavorizate ale populației. Pentru a avea statut de întreprindere socială de inserție, entitățile trebuie să aibă, permanent, cel puțin 30% din personalul angajat aparținând categoriilor defavorizate ale populației, astfel încât timpul de lucru cumulat al acestor angajați să reprezinte cel puțin 30% din totalul timpului de lucru al tuturor angajaților.

Întreprinderile sociale de inserție sunt susținute de către stat printr-un șir de acțiuni, care au drept scop promovarea acestora. Art. 365 din Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi prevede:

- acordarea consilierii gratuite din partea autorităților și instituțiilor publice la constituirea și/ sau la dezvoltarea afacerii;

- dreptul de participare la procedurile de atribuire a contractelor de achiziții publice, în conformitate cu legislația privind achizițiile publice;
- acordarea ajutorului de stat prin intermediul programelor de stat.

De asemenea, întreprinderile sociale de inserție pot beneficia de susținere din partea organelor administrației publice locale prin acordarea în folosință a spațiilor pentru desfășurarea activităților, sprijin în promovarea produselor și serviciilor, scutiri la plata taxelor și impozitelor, etc.

Lista întreprinderilor sociale în Republica Moldova:

1. *Tinerii pentru ECO plastic* (Comercializarea produselor realizate din plastic reciclat (bijuterii, obiecte de uz casnic, obiecte de artă); Colectarea deșeurilor reciclabile nepericuloase (plastic, metal, hârtie, sticlă))
2. *Soul Market* (Lucrări hand made: coșuri, felicitări, mărturii, invitații, torbe textile.)
3. *Proiectul Casa Mare* (Servicii de cazare pentru turiști în zonele rurale, tururi eco-culturale în zonele rurale din Moldova; festivaluri istorico-culturale, tabere interactiv-educaționale pentru copii și adolescenți, școli de vară internaționale pentru tineri.)
4. *VRC Moldova* (Articole vestimentare, produse de decor pentru casă și încăperi, suvenire eco handmade, produse gastronomice.)
5. *Stupina "Darul Albinelor"* (Miere, ceară, polen, propolis).

În perioada octombrie-noiembrie 2023, a fost realizat un sondaj referitor la cunoștințele în domeniul antreprenoriatului social pe un eșantion de 44 persoane. În opinia persoanelor cu expertiză în AS, lipsa profitabilității face neatractiv antreprenoriatul social pentru oamenii de afaceri. De asemenea, ei au menționat că informarea și promovarea cu privire la facilitățile oferite de către stat în raporturile de muncă cu angajații din grupuri social-vulnerabile și/sau marginalizate este insuficientă.

Dintre respondenți 50% au fost femei și 50% bărbați. Conform vârstei 63,6% sunt cuprinși în intervalul 17-27 ani, 9,1% în 50-60 ani, 6,8% pentru intervalele până la 16 ani, 28-38 ani, 39-49 ani și 61+ ani. Conform genului de activitate 43,2% sunt elevi, 18,2% studenți, 9,1% angajați în sectorul privat și 6,8% în cel public, 4,5% neangajat, 4,5% antreprenor iar 13,6% au alt gen de activitate.

18,2% dintre respondenți au afirmat că nu cunosc noțiunea de antreprenoriat social, 40,9% au afirmat că au auzit despre termenul AS iar 40,9% din respondenți au răspuns că cunosc AS. Respondenții asociază noțiunea de "antreprenoriat social" cu caritate, ajutor, mișcare socială, voluntariat. Marea majoritate a respondenților sunt total de acord și mai curând de acord că o afacere socială are un scop diferit față de o afacere obișnuită (70,5%), 9,1% nu sunt de acord iar 20,4% nu știu.

La întrebarea "Ce credeți că face o afacere socială?" 63,6% consideră că ajută oamenii să-și îmbunătățească viața și angajează persoane cu nevoi speciale. 88,6 % consideră că afacerile sociale au un impact pozitiv și că guvernul sau organizațiile non-guvernamentale ar trebui să sprijine afacerile sociale. Referitor la prezența afacerilor sociale în localitate 52,3% nu cunosc, 20,5% au și 27,3% afirmă că nu există.

În urma analizei cadrului normativ privind antreprenoriatul social în Republica Moldova poate fi concluzionat că la modul general la nivelul normelor primare acesta ar fi suficient pentru ca întreprinderile sociale și/sau de inserție să poată fi create, să beneficieze de facilități și să dezvolte comunitățile în care își desfășoară activitatea. Atât analiza cadrului normativ, cât și rezultatele sondajelor realizate au subliniat faptul că existența cadrului normativ nu este singurul factor care ar asigura eficiența întregului climat al unui antreprenoriat sustenabil și eficiența întregului ecosistem al acestui tip de antreprenoria.

Concluzii.

Antreprenoriatul social are un impact pozitiv semnificativ asupra comunităților și mediului, oferind soluții inovatoare la problemele sociale și contribuind la dezvoltarea durabilă. Antreprenorii sociali aduc o abordare creativă și sustenabilă la rezolvarea provocărilor sociale, creând astfel o schimbare benefică pentru societate. Este esențial să se recunoască importanța și potențialul antreprenoriatului social în abordarea complexității problemelor sociale și în promovarea unei dezvoltări echitabile și durabile.

Referințe bibliografice:

1. Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi;
2. Legea nr. 220/2007 privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali;
3. Programul de activitate al Guvernului – Moldova vremurilor bune;
4. Proiectul Programului Național de Dezvoltare a Antreprenoriatului Social 2021-2025 (versiunea din 2021);
5. Studiu realizat de iData referitor la „Cunoștințe, aptitudini și comportamente în domeniul antreprenoriatului social în Republica Moldova, <https://www.keystonemoldova.md/wp-content/uploads/sites/4/2022/12/Final-report.pdf>

IMPORTANȚA RESPECTĂRII NORMELOR ETICE ÎN SOCIETATE

Natalia DELIU¹ grad didactic II , Valeria TODOSEICIUC ² PAA 2111G, Deniza DANU ³ PAA 2111G

¹IP „Centrul de Excelență în Economie și Finanțe”; str. Miron Costin 26/2, mun. Chișinău; +373 69062345; natadeliu@mail.ru;

²IP „Centrul de Excelență în Economie și Finanțe”; str. Miron Costin 26/2, mun. Chișinău; +37360797326; todoseiciucvaleria@gmail.com;

³ IP „Centrul de Excelență în Economie și Finanțe”; str. Miron Costin 26/2, mun. Chișinău; +37367446260; deniza.danu@gmail.com

Abstract

Compliance with ethical norms in society is a fundamental pillar for the harmonious coexistence of individuals in a diverse and complex social framework. Norms prescribe how to make decisions in social situations and play a crucial role in sustaining cooperative relationships and coordinating collective action. However, following norms often requires restricting behavior, demanding to curtail selfishness, or suppressing personal goals. This raises the question why people adhere to norms. In this article we will talk about contributing to the promotion of values such as integrity, individual rights, justice and personal responsibility, with positive effects on interpersonal relationships, organizational culture and social progress

Cuvinte cheie: norme etice, protejarea drepturilor, solidaritate, onestitate, integritate

"Omul cu principii etice puternice este ca un stejar în furtună - puternic și stabil indiferent de circumstanțe."

Confucius

Într-o lume interconectată și în continuă schimbare, importanța respectării normelor etice în societate devine tot mai evidentă și crucială. Normele etice reprezintă temelia pe care se construiește o comunitate armonioasă, unde indivizii împărtășesc valori comune și acționează în conformitate cu principii fundamentale. În această incursiune în sfera eticii sociale, vom explora profunzimea și relevanța normelor etice, evidențiind impactul lor asupra relațiilor interumane, dezvoltării durabile și construirii unei societăți prospere. Astfel, vom descoperi cum respectarea acestor norme nu este doar o alegere individuală, ci o contribuție esențială la fundamentarea unei coexistențe sănătoase și echitabile.

Respectarea normelor etice în societate devine crucială pentru menținerea integrității, asigurarea calității serviciilor, și contribuirea la o cultură profesională și socială pozitivă. Este responsabilitatea fiecărui profesionist să se angajeze în comportament etic pentru a promova o societate mai echitabilă și prosperă. [2]

Respectarea normelor etice în societate are o importanță fundamentală pentru o conviețuire armonioasă, pentru progresul social și pentru dezvoltarea unor relații interpersonale sănătoase.

Iată câteva aspecte cheie ale importanței respectării normelor etice în societate:

1. **Construirea încrederii:** Respectarea normelor etice contribuie la construirea încrederii între indivizi și grupuri. Atunci când oamenii știu că alții acționează în mod onest, corect și cu integritate, relațiile devin mai solide și mai stabile.

2. **Protejarea drepturilor și demnității individuale:** Normele etice protejează drepturile și demnitatea fiecărui individ. Ele previn discriminarea, exploatarea și abuzul, asigurând astfel o societate mai justă și mai echitabilă.
3. **Promovarea comportamentului responsabil:** Normele etice promovează responsabilitatea personală și socială. Oamenii sunt mai susceptibili să își asume responsabilitatea pentru propriile acțiuni și pentru binele comun atunci când se ghidează după principii etice.
4. **Prevenirea conflictelor:** Normele etice oferă un cadru comun pentru evaluarea comportamentului și rezolvarea conflictelor. Ele pot ajuta la prevenirea dezacordurilor și la găsirea soluțiilor mai ușor în cazul unor situații controversate.
5. **Dezvoltarea unei culturi organizaționale și sociale pozitive:** În organizații și comunități în care normele etice sunt promovate și respectate, se dezvoltă o cultură pozitivă, bazată pe încredere, cooperare și valori comune.
6. **Susținerea dezvoltării durabile:** Respectarea normelor etice poate contribui la o utilizare mai responsabilă a resurselor și la protejarea mediului înconjurător, sprijinind dezvoltarea durabilă a societății.
7. **Promovarea calității vieții:** Normele etice pot duce la o creștere a calității vieții prin asigurarea accesului echitabil la oportunități și resurse pentru toți membrii societății. [3]

În complexitatea țesăturii morale care înconjoară viețile noastre, etica își desfășoară un rol multifuncțional esențial. Această disciplină captivantă nu se rezumă doar la un set rigid de reguli, ci își extinde tentaculele asupra fundamentelor cognitive, educative, normative și persuasivă ale existenței noastre sociale. Prin explorarea celor mai importante funcții ale eticii, vom călători prin straturile morale ale vieții, dezvăluind cum aceasta nu doar descrie și prescrie conduită, ci și modelează conștiința noastră colectivă și individuală. [1]

Într-o lume dinamică și interconectată, în care valorile și standardele etice sunt în continuă evoluție, este esențial să explorăm și să înțelegem opinia și percepțiile societății față de normele etice. Sondajul pe care urmează să-l prezentăm reprezintă o incursiune fascinantă în mentalitățile contemporane, oferind o privire asupra modului în care oamenii percep și integrează etica în diverse aspecte ale vieții lor. De la locul de muncă la relațiile interpersonale și la deciziile cotidiene, vom investiga amploarea importanței acordate normelor etice și modul în care acestea contribuie la conturarea unei societăți mai echitabile și mai responsabile. Sondajul nostru aduce la lumină perspectivele variate ale indivizilor, contribuind la o înțelegere mai profundă a modului în care normele etice influențează și modelează comunitățile noastre într-o eră plină de provocări și oportunități.

Sondajul a fost propus la 55 de persoane din diferite clase sociale și de diferite vârste.

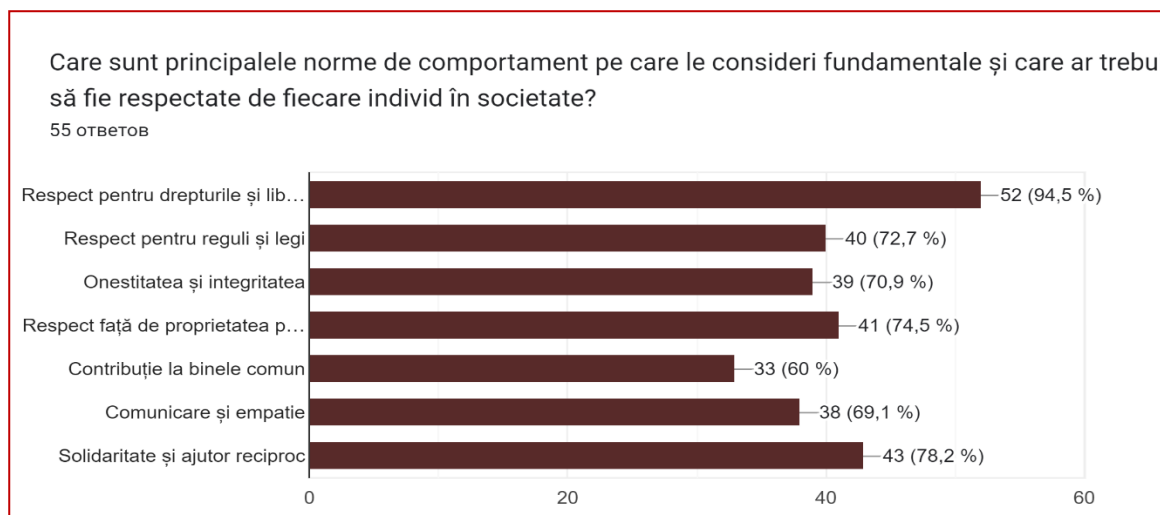


Figura 1. Principalele norme comportamentale

În urma acestui sondaj evidențiază clar că există anumite norme de comportament considerate fundamentale în societate, la care majoritatea respondenților atribuie o importanță semnificativă. Respectul pentru drepturile și libertățile individuale s-a evidențiat ca fiind esențial, fiind susținut de întregul eșantion de participanți. Onestitatea și integritatea au fost, de asemenea, aspecte fundamentale, cu o majoritate covârșitoare care le acordă o importanță deosebită. Respectul pentru reguli și legi se dovedește a fi o normă crucială, reflectând importanța ordinii și legalității în comunitate. De asemenea, se observă că valorile precum solidaritatea, ajutorul reciproc și contribuția la binele comun sunt principii fundamentale ale conviețuirii sociale, apreciate de un număr semnificativ de participanți.

Sondajul evidențiază nu doar normele percepute ca fiind cruciale în cadrul societății, ci și o coeziune notabilă în privința valorilor fundamentale. Este îmbucurător să observăm că există un consens semnificativ privind importanța acestor norme de comportament, oferind astfel un fundament solid pentru o conviețuire armonioasă și respectuoasă în comunitate.

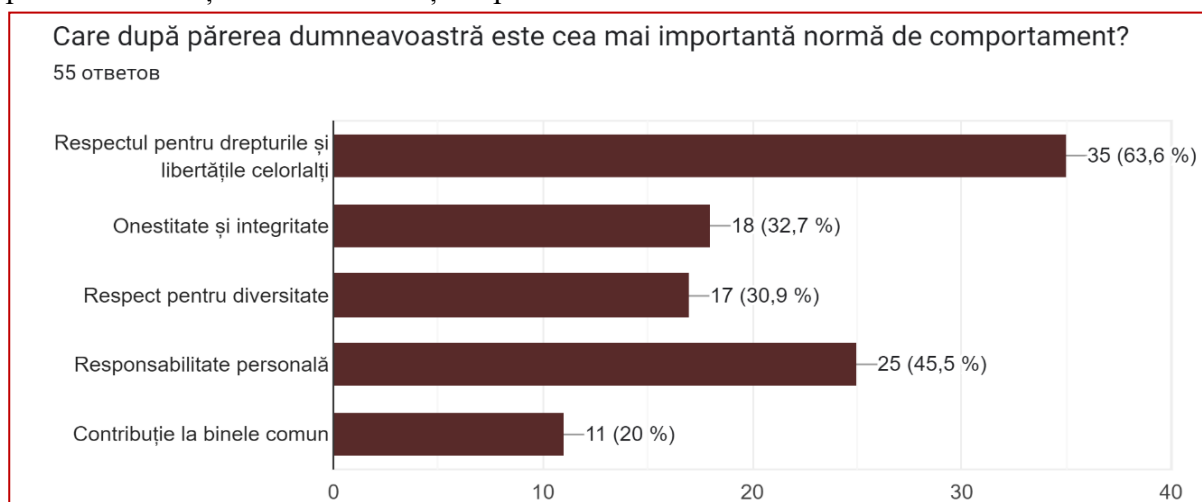


Figura 2. Cea mai importantă normă de comportament

Conform rezultatelor obținute în urma sondajului, respectul pentru drepturile și libertățile celorlalți este perceput de majoritatea participanților drept cea mai importantă normă de comportament.

Această valoare esențială reflectă preocuparea pentru respectul reciproc și pentru menținerea unui echilibru între drepturile individuale și libertatea colectivă.

O altă normă de comportament care a fost apreciată în mod semnificativ este onestitatea și integritatea. Faptul că o proporție semnificativă a participanților consideră această calitate drept una dintre cele mai importante sugerează că transparența și cinstea în acțiuni sunt considerate esențiale în relațiile interpersonale.

Este demn de remarcat și faptul că respectul pentru diversitate și responsabilitatea personală au fost, de asemenea, valorizate, deși într-o măsură mai mică. Aceste rezultate subliniază diversitatea percepțiilor asupra normelor de comportament, reflectând complexitatea și variabilitatea valorilor în societate.

Concluzii.

În concluzie, într-o lume în continuă schimbare și conectivitate rapidă, respectarea normelor etice rămâne un pilon esențial pentru construirea și menținerea unei societăți armonioase și prospere. Normele etice servesc nu doar ca reguli de conduită, ci ca fundamente ale unei conviețuiri sănătoase și echitabile. Explorând adâncimea și relevanța normelor etice în sfera socială, am constatat că acestea sunt esențiale pentru construirea încrederii reciproce între indivizi și grupuri. Respectul pentru drepturile și libertățile individuale este considerat unanim ca o normă fundamentală, reflectând importanța acordată valorilor personale și colective.

Protejarea drepturilor și demnității individuale, promovarea comportamentului responsabil, prevenirea conflictelor și dezvoltarea unei culturi organizaționale și sociale pozitive sunt aspecte cheie în care respectarea normelor etice joacă un rol crucial. Aceste norme nu doar că modelează relațiile interumane, ci contribuie și la susținerea dezvoltării durabile și la promovarea calității vieții. Sondajul realizat în cadrul acestei cercetări a evidențiat că există anumite norme de comportament considerate fundamentale în societate, cu respectul pentru drepturi și libertăți fiind perceput ca fiind cel mai important aspect. Onestitatea și integritatea ocupă, de asemenea, un loc central, subliniind importanța transparenței și cinstei în relațiile interpersonale.

Rezultatele sondajului reflectă nu doar consensul semnificativ privind anumite norme de comportament, ci și coeziunea în ceea ce privește valorile fundamentale. Această coeziune oferă un fundament solid pentru o conviețuire armonioasă și respectuoasă în comunitate, subliniind importanța normelor etice în construirea unui mediu social echitabil și prosper. Astfel, importanța normelor etice în societate devine evidentă, deoarece aceste norme acționează ca ghiduri morale care ne definesc atât în spațiul profesional, cât și în cel personal. Respectarea acestor norme nu doar că construiește încredere în relațiile interumane, dar contribuie și la fundamentarea unei culturi sociale bazate pe valori solide, precum integritatea, responsabilitatea și respectul reciproc. Într-o societate în care indivizii adoptă comportamente etice, se creează premisele pentru o conviețuire armonioasă și o dezvoltare durabilă, având un impact pozitiv asupra calității vieții și progresului colectiv.

Referințe bibliografice:

- [1]. <https://anticoruptie.md/ro/blog/violeta-gasitoidespre-etica-profesionala-integritatea-trebuie-sa-fie-pe-primul-loc>
- [2]. <https://ro.scribd.com/doc/270060380/Func%C5%A3iile-Eticii-%C5%9Ei-Rolul-Ei-In-Societate>
- [3]. Veronica Butnaru. Importanța Codului de Etică pentru organizațiile responsabile social. Administrarea publică. - Chisinau, 2018. - Nr. 2. - P. 97-101

EDUCAȚIA ANTREPRENORIALĂ ÎN SPRIJINUL SECTORULUI ÎMM: RELEVANȚA PENTRU DEZVOLTAREA ECONOMICĂ

Ecaterina BURLEA¹ Doctor în Științe Economice, **Lidia BEGJANOV**² gr. FB 2307G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 068003595, Email: e_burlea@mail.ru

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 069898951, Email: lidabegjanov9@gmail.com

Abstract

In the contemporary era, marked by rapid changes and an increasingly complex economic dynamics, entrepreneurial education emerges as a vital force in supporting and fostering the small and medium-sized enterprises (SMEs) sector. This article explores the profound relevance of entrepreneurial education in the context of economic development, highlighting how entrepreneurial knowledge and skills not only fuel innovation and competitiveness but also contribute to the sustainable strengthening of the SME sector. From shaping future entrepreneurs to providing ongoing support for those already immersed in the business world, entrepreneurial education proves to be the key to robust and balanced economic development.

Cuvinte cheie: *ÎMM, antreprenoriat, antreprenor, educație, oportunitate, durabilitate.*

În contextul unei economii globale în continuă schimbare, dezvoltarea sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ÎMM) reprezintă un element crucial pentru prosperitatea economică a unei țări. Educația antreprenorială devine astfel un instrument esențial în sprijinul acestui sector, oferind antreprenorilor și viitorilor antreprenori cunoștințele și abilitățile necesare pentru a gestiona și dezvolta afaceri durabile. În cadrul sectorului ÎMM, unde resursele sunt adesea limitate, iar capacitatea de a gestiona eficient afacerile este extrem de importantă. Prin promovarea competențelor antreprenoriale, se facilitează adaptarea la schimbări, identificarea oportunităților și gestionarea riscurilor. Acest articol explorează relevanța educației antreprenoriale pentru dezvoltarea economică, cu accent pe sectorul ÎMM.

Competențele antreprenoriale și spiritul de inițiativă sunt printre cele nouă competențe-cheie stabilite în art. 11 pct. (2) din Codul Educației al Republicii Moldova pentru întregul sistem educațional din țară. Competențe date includ: cunoștințe, abilități, atitudini și valori ce permit participarea activă a individului la viața socială și economică, simțul inițiativei și al antreprenoriatului și reprezintă capacitatea elevului de a transforma ideile în acțiune. De aici punctăm clar că educația antreprenorială, încă din adolescență este foarte importantă și contribuie la succesul viitorilor antreprenori, viitorilor proprietari de afaceri. Întreprinderile mici și mijlocii reprezintă veritabile motoare ale dezvoltării economice, jucând un rol esențial în fundamentarea și consolidarea structurii financiare a unei țări. Cu agilitatea și inovația lor, aceste entități contribuie nu doar la creșterea economică, ci și la generarea de locuri de muncă, transferul de tehnologie și diversificarea sectorului privat. În lumina acestor aspecte, este evident că întreprinderile mici și mijlocii reprezintă un pilon vital pentru prosperitatea și sustenabilitatea economică a țării noastre; iar cu cât mai inteligenți financiar și antreprenorial vor fi proprietarii de afaceri, cu atât mai plauzibil va fi succesul acestora. În figura de mai jos se prezintă informații privind ponderea întreprinderilor mici și mijlocii în totalul întreprinderilor raportate în anul 2022, pe principalii indicatori.

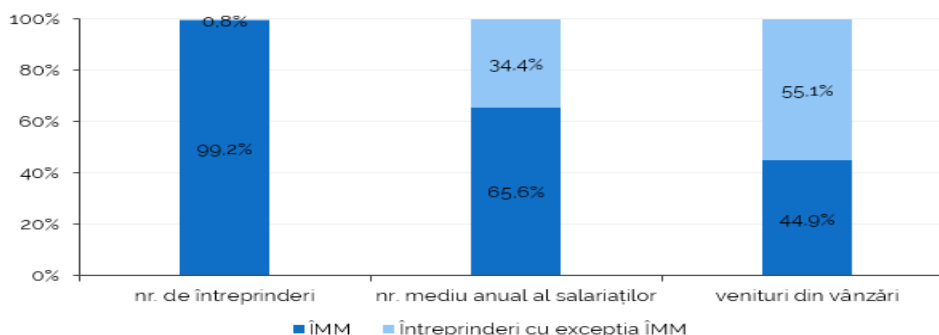


Figura 1. Ponderea întreprinderilor mici și mijlocii în totalul întreprinderilor raportoare în anul 2022, pe principalii indicatori

Astfel, în anul 2022 întreprinderile mici și mijlocii au constituit aproximativ 99,2% din numărul total al întreprinderilor raportoare (față de 99,1% în anul 2021) [1]. Această constatare indică că rolul activităților desfășurate de către întreprinderile mici și mijlocii în economia țării noastre este extrem de semnificativ. Iar educația antreprenorială a actualilor antreprenori și a viitorilor antreprenori este una vitală pentru economia unei țări, asigurând: stimularea inovației, dezvoltarea abilităților antreprenoriale, creșterea competitivității, adaptabilitate la schimbare etc. În cele ce urmează, se prezintă instituții și organizații din Republica Moldova, care prin activitatea lor, contribuie la educația antreprenorială. **Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (ODA)** este o instituție publică subordonată Ministerului Economiei, având misiunea de a sprijini evoluția mediului antreprenorial autohton, inclusiv a întreprinderilor mici și mijlocii. Aceasta își propune să promoveze cultura antreprenorială, să ofere asistență financiară și tehnică companiilor, să emită garanții financiare și de stat și să ofere infrastructură de suport în domeniul afacerilor. Activitățile ODA cu privire la educația antreprenorială în vederea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii se referă la [4]:

- Program de educație antreprenorială – scopul programului este să contribuie la dezvoltarea capitalului uman prin încurajarea competențelor și culturii antreprenoriale. Programul își propune să sporească competitivitatea și reziliența ÎMM din Republica Moldova. Cursurile ținute de către experții contractați de ODA sunt pe următoarele subiecte: Gestiunea financiară a întreprinderii, Start în business, Managementul resurselor umane, Managementul strategic și elaborarea strategiilor de dezvoltare a companiei, Ecologizare ÎMM, Operațiuni de export-import. În cadrul acestui program deja au fost instruite 2453 persoane, au fost organizate 64 sesiuni de instruire.

- Învățământul dual – este o formă de organizare a învățământului profesional tehnic, în cadrul căruia instruirea teoretică se realizează la instituția de învățământ profesional tehnic, iar cea practică – la unitate.

- Rețeaua incubatoarelor de afaceri - a fost înființată cu sprijin financiar și tehnic din partea Uniunii Europene. În cadrul incubatoarelor se oferă consultanță și ghidare în afaceri, spațiu de amplasare la un cost redus, servicii administrative și tehnice, accelerator de idei în FABLab, etc. Astfel de incubatoare există deja în raioanele: Cahul, Călărași, Ceadâr-Lunga, Leova, Cimișlia, Dubăsari, Nisporeni, Rezina, etc.

- Centrul de consultanță în afaceri - oferă oportunități de perfecționare profesională în domeniul inițierii, dezvoltării și extinderii afacerilor, prin prestarea serviciilor de consultanță specializată. Potențialii antreprenori se pot înregistra pentru consultații la numărul de telefon 022225799 sau la adresa electronică consultanta@oda.md. Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri (CEDA) reprezintă o organizație non-guvernamentală înregistrată la Ministerul Justiției al Republicii Moldova, având ca principal domeniu de activitate sprijinirea reformelor în sistemul

educațional. Scopul principal al organizației este să formeze și să valorifice competențe profesionale, să încurajeze inițiativa individuală și să promoveze spiritul antreprenorial.

Proiectele dezvoltate de acest centru sunt [2]:

- Solutions4youth (soluții pentru tineri) – impactul dorit al acestui proiect este “Tinerii valorifică noi oportunități de carieră în vederea dezvoltării personale și socio-economice a țării”; obiectivul principal fiind dobândirea de către tineri a competențelor tehnice și profesionale relevante pentru locuri de muncă decente, fie ca angajați, fie ca antreprenori.
- CREATIVO este un proiect implementat de CEDA, finanțat de Fundația Servicii de Dezvoltare din Liechtenstein (LED) și Agenția Elvețiană pentru Dezvoltare și Cooperare (SDC). Proiectul este implementat în parteneriat cu Ministerul Educației și Cercetării în perioada 01.12.2020 – 30.11.2023. Obiectivul principal al acestui proiect este sporirea perspectivelor de angajare a tinerilor și adulților datorită educației și formării profesional-tehnice relevante pe piața muncii.
- S.E.VET. – obiectivul principal al programului este creșterea numărului de antreprenori sociali prin dezvoltarea de programe dinamice în învățământul profesional tehnic (sectorul ingineresc), ce implementează conceptul de antreprenoriat social. Durata proiectului: 01.01.2023-31.12.2025.

Yep! Moldova - organizație lider care dezvoltă antreprenoriatului și promovează gândirea antreprenorială. Programele Yep!Moldova sunt disponibile pentru o gamă largă de beneficiari, inclusiv antreprenori, fondatori, studenți, profesori, universități, autorități publice și comunitate. Fondatorii au posibilitatea de a dobândi cunoștințe practice și instrumente utile pentru rezolvarea provocărilor clienților, accelerarea creșterii sau gestionarea rapidă a eșecurilor. Printre programele create de YEP!Moldova se numără:

- Yep! Startup Pre-Accelerator este un program care sprijină antreprenorii care vor să lanseze produse scalabile pe piața externă, oferind granturi, expertiză și acces la o rețea internațională de mentori și investitori.
- StartUp101 – școala de antreprenori – un program adresat elevilor cu vârsta cuprinsă între 12-18 ani, pentru a le oferi informații valoroase privind Profesiile și abilitățile viitorului, Cum faci bani din idea ta, Resurse pentru un StartUp, Management și Leadership, etc. Chiar din 13.11.2023, elevii din toată țara, au posibilitate să participe la acest program, ediția 2023 [7].
- Hackathon evenimente de dezvoltarea a ideilor de afaceri în diverse domenii.

Dreamups este o comunitate de tineri și idei care încurajează inovația și susține startup-urile din Republica Moldova pentru a asigura crearea unui mediu de afaceri corect, competitiv și sustenabil prin crearea unui spațiu de învățare continuu pentru tineri prin intermediul programelor de mentorat, acces la servicii pentru dezvoltarea startup-urilor și încurajarea inovațiilor. Această organizație a creat o platformă Dreamclass (menținută cu susținerea financiară a Uniunii Europene) cu masterclass-uri preînregistrate create de experți pentru antreprenorii/antreprenoarele din Republica Moldova. Pe platformă se regăsesc mastercalssuri cu acces inclusive gratuit, cu următoarele subiecte: Cum să-ți vinzi produsele online, Sursele de finanțare pentru dezvoltarea afacerilor, Strategii de optimizare a afacerii, Marketing digital pentru IMM, Soft skills: Leadership și comunicare pentru echipe, etc. [3].

Fintech Moldova reprezintă o inițiativă axată pe dezvoltarea ecosistemului fintech în Moldova, facilitând colaborarea dintre actorii din acest ecosistem. Organizația se concentrează pe cinci direcții prioritare: consolidarea inițiativelor, promovarea colaborării între diverse industrii, sprijinirea incluziunii financiare și alfabetizării financiare, dezvoltarea relațiilor internaționale și accesul la piețele străine, îmbunătățirea cadrului regulator în Republica Moldova. Fintech Moldova este

organizatorul evenimentului anual: Fintech Moldova Conference și a conferinței bi-anuale pe Transformare Digitală în sectorul financiar.

MentorMe este o primul program de mentorat global din Moldova, care ajută la crearea următoarei generații de lideri prin accelerarea procesului lor de dezvoltare personală și profesională cu ajutorul mentorilor de succes. Echipa organizează programe de mentorat și ghidare în carieră, precum JobAccelerator, precum și oferă acces la o platformă educațională Learning Hub unde sunt plasate o serie de video informative [5]. Parteneri în dezvoltarea programelor sunt Ministerul Educației și Cercetării, Centrul de informații universitare, Tekwill. Analizând informațiile prezentate mai sus, putem deduce că în Republica Moldova există diverse instituții și organizații cu obiectivul de a disemina cunoștințe în domeniul antreprenorial, sprijinind tinerii antreprenori și contribuind, astfel, la dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii. E necesar de menționat faptul că, recent, la 06.09.2023, a fost aprobată Hotărârea Guvernului nr. 653 cu privire la aprobarea Programului național pentru promovarea antreprenoriatului și creșterea competitivității în anii 2023-2027 [6]. Acest Program abordează provocările și barierele în calea unei dezvoltări sociale și economice mai favorabile activității antreprenoriale, în concordanță cu prioritățile stabilite în cadrul național de politici, precum: Strategia națională de dezvoltare „Moldova Europeană 2030”, Programul de activitate al Guvernului „Moldova prosperă, sigură, europeană”. Urmând imperativul integrării europene, exprimat nemijlocit prin implementarea Acordului de Asociere Republica Moldova – Uniunea Europeană, Programul PACC 2027 a fost elaborat în conformitate cu aspirațiile naționale ale Republicii Moldova de a consolida relația politică și economică cu Uniunea Europeană și de a dezvolta un cadru antreprenorial și de inovare puternic. Potrivit acestui program au fost scoase în evidență provocările antreprenorilor din Republica Moldova: nivelul redus de educație financiară și management financiar, lipsa educației antreprenoriale și a modelelor de succes în afaceri. Respectiv, printre obiectivele programului se enumeră: îmbunătățirea competențelor profesionale și antreprenoriale prin programe de formare, mentorat și sprijin educațional, pentru a dezvolta abilitățile antreprenorilor și a le asigura succesul în mediul de afaceri. În Planul de acțiuni privind implementarea în anii 2023-2025 a Programului național pentru promovarea antreprenoriatului și creșterea competitivității în anii 2023-2027, în vederea realizării obiectivului „Îmbunătățirea competențelor profesionale și antreprenoriale” este prevăzută activitatea „Promovarea alfabetizării financiare și digitale, a educației antreprenoriale și financiare – de la grădinițe până la senioriat prin intermediul politicilor și programelor de suport”. Instituția responsabilă de realizare este Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării și parteneri sunt: Consiliul Economic, ODA, UN Women.

Concluzii.

Educația antreprenorială constituie un instrument puternic în sprijinul dezvoltării economice, mai ales în contextul IMM-urilor. Investiția în educația antreprenorială poate avea un impact semnificativ asupra creșterii economice durabile, stimulând inovația, consolidând abilitățile de management și contribuind la dezvoltarea unui mediu de afaceri competitiv. Prin promovarea educației antreprenoriale, societatea poate cultiva o generație de antreprenori pregătiți să facă față provocărilor și să contribuie activ la prosperitatea economică.

Referințe bibliografice:

1. Activitatea întreprinderilor mici și mijlocii în anul 2022. https://statistica.gov.md/ro/activitatea-intreprinderilor-mici-si-mijlocii-in-anul-2022-9557_60492.html.
2. Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri. <https://ceda.md/>.
3. Dreamclass. <https://dreamclass.md/>.
4. Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului. <https://www.oda.md/ro/>.
5. Platforma educațională Learning Hub. <https://learninghub.mentorme.md/courses>.
6. Programul național pentru promovarea antreprenoriatului și creșterea competitivității în anii 2023-2027, aprobat prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova, nr. 653 din 06.09.2023. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2023, nr. 383-386. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=139409&lang=ro.
7. Startup 101 - școala de antreprenori. <https://yepmoldova.org/>.

UTILITATEA CARDURILOR BANCARE ÎN CONTEXTUL EFICIENTIZĂRII PLĂȚILOR REALIZATE DE PERSOANELE JURIDICE

Irina CASIAN ¹ dr., grad didactic superior, Natalia MORĂRESCU ² gr. FB 2008G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 069634523, Email: irina7.profesor@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 060399024, Email: natalia.morarescu77@gmail.com

Abstract

In the dynamic landscape of Moldova's business realm, staying ahead requires more than just strategic acumen; it demands tools that streamline financial transactions and enhance operational efficiency. One such indispensable tool is the business card offered by various banks across the country. These financial instruments are not merely pieces of plastic; they are gateways to a myriad of benefits tailored to meet the diverse needs of entrepreneurs and businesses. This article follows to provide one of the primary advantages of business cards, that lies in their ability to streamline financial operations. With customizable spending limits and detailed transaction tracking, businesses can gain a comprehensive overview of their expenses. This not only facilitates budget management but also simplifies the accounting process, saving valuable time for entrepreneurs to focus on core business activities.

Cuvinte cheie: Card de plată, afacere, cheltuieli, client, avantaje, tranzacții financiare, resurse financiare, eficiență, IMM, persoane juridice, instrumente, comoditate, tranzacții, plătitor, comision, control, plăți.

În era modernă a afacerilor, cardurile de plată pentru persoane juridice au devenit instrumente esențiale pentru gestionarea eficientă a tranzacțiilor financiare. Aceste instrumente oferă întreprinderilor nu doar comoditate, ci și un set diversificat de avantaje menite să optimizeze procesele financiare și să consolideze controlul asupra resurselor financiare. În desfășurarea activității companiile încearcă să găsească soluții pentru eficientizarea achitărilor pentru materialele sau bunurile achiziționate fără numerar, fără a pierde timpul cu un transfer bancar și totodată să nu încalce legea privind limitările de sumă achitate în numerar. Această dilemă poate fi rezolvată cu ușurință folosind business card.

Business card este un card bancar emis de banca la care este deschis contul curent al afacerii și conectat la acest cont. Cardurile de plată pentru persoane juridice sunt concepute pentru a satisface nevoile complexe ale afacerilor, oferind diferite beneficii pentru ca întreprinderile să își desfășoare activitatea într-un mod cât mai eficient. *Exemple de utilizare a cardurilor Business:*

- achitarea combustibilului pentru alimentarea mașinii de serviciu;
- procurarea mobilei pentru oficiu, rechizitelor de birou, materialelor de construcții etc.;
- achitarea cheltuielilor de deplasare și reprezentanță în Moldova și în străinătate;
- retragerea numerarului, achitarea biletelor, hotelului, restaurantului etc.;

Cele mai importante **avantaje ale cardurilor de plată pentru sectorul IMM** reprezintă: ușurință în efectuarea plăților, monitorizarea și controlul cheltuielilor, reducerea riscului de furt sau pierdere a mijloacelor financiare a întreprinderii, acces la fonduri în timp real, ușurință în efectuarea plăților online cât și a plăților la nivel internațional.

În prezent în Republica Moldova băncile comerciale oferă o multitudine de oferte avantajoase de deschidere a cardurilor de plată pentru persoane juridice. Analizând ofertele privind cardurile bancare emise persoanelor juridice de către MAIB, BC "Moldindconbank" SA, OTP Bank și

BC "EuroCreditBank" SA am constatat mai multe aspecte comune, dar și specifice pe care le prezentăm în continuare.

I. Aspecte comune privind cardurile Business emise de băncile analizate:

1. Sunt destinate tuturor persoanelor juridice, inclusiv persoanelor juridice specializate în domeniul comerțului cu amănuntul; persoanelor juridice, ai căror salariați efectuează deplasări în interesul companiei atât în țară, cât și în străinătate.
2. Pot fi deschise în diferite valute: lei, euro și dolari.
3. Pot fi utilizate pentru orice operații de achitare a mărfurilor sau serviciilor (la acei comercianți care acceptă spre plată cardurile) și pentru retragerea numerarului în orice scopuri ce nu contravin legislației în vigoare, inclusiv pentru plata salariilor.
4. Băncile oferă 0% comision de utilizare la comercianți și inclusiv la plata cu cardul online.
5. Sunt dotate cu tehnologii de tip CIP și Contactless și utilizează standarde internaționale de securitate 3D secure.
6. Permit eliminarea Deconturilor de avans oferite angajaților, deoarece în contul la care este atașat cardul se reflectă toate cheltuielile efectuate de angajat.
7. Băncile oferă acces 24/7 la banii din cont oricând și oriunde (în țară și în străinătate).
8. Există posibilitatea de a alimenta gratuit contul de card 24/7 prin **Internet banking** sau la bancomatele de tip **cash-in**, cu acces imediat la banii încasați.

II. Aspecte specifice privind cardurile Business emise de băncile analizate:

- **Cardul business MAIB** oferă un șir de avantaje persoanelor juridice, cum ar fi:
 - cardurile pot fi cu facilitate de overdraft;
 - siguranța și securitatea sunt la un nivel maxim;
 - oferă control asupra plăților efectuate prin setarea unor limite de cheltuieli deținătorilor de carduri;
 - oferă posibilitatea de a emite un număr nelimitat de carduri pentru deținători (angajații companiei), atașate contului de bază destinat cheltuielilor executate de către angajați.
- 1. **Cardul oferit de către BC "Moldindconbank" SA** oferă o serie de avantaje precum:
 - purtând marca sistemului MasterCard, cardul este deservit în multiple hoteluri, restaurante, magazine, bănci și alte puncte de deservire în majoritatea țărilor lumii;
 - pot fi setate limitele zilnice/lunare ai volumului total de tranzacții pentru fiecare Card;
 - poate fi blocat operativ cardul angajatului de către persoana juridică, în situația când consideră aceasta necesar;
 - este protejat de necesitatea introducerii PIN-ului și/sau verificarea prin semnătură;
 - poate fi ușor alimentat Contul în caz că angajatul aflat în deplasare necesită bani, suplimentar celor planificați.
- 2. **Cardul Mastercard Business oferit de către OTP Bank** oferă următoarele avantaje:
 - posibilitatea de reînnoire automată la expirarea termenului de valabilitate;
 - controlul permanent asupra cheltuielilor efectuate prin Extrase de cont/card sau prin serviciile de deservire la distanță;
 - posibilitatea de a emite mai multe carduri suplimentare pe același cont și de a seta limite de tranzacționare individuale;
 - servicii de asigurare și asistență incluse.
- 3. **Cardul business oferit de către BC "EuroCreditBank" SA** oferă beneficii ca:
 - tehnologia Contactless care permite efectuarea plăților la orice comerciant din țară sau străinătate unde este afișată sigla Visa payWave sau simbolul Contactless pay, prin simpla apropiere a cardului de terminalul de plată;
 - control eficient al cheltuielilor prin card realizat în baza extraselor lunare de cont, precum și rapoartelor detaliate privind tranzacțiile derulate de fiecare card în parte.

Deși practic orice bancă oferă diferite facilități, totuși persoanele juridice ar trebui să atragă atenție la costurile necesare pentru deservirea cardurilor Business. În Tabelul 1 vom prezenta analiza comparativă a comisioanelor privind deservirea cardurilor Business (atașate la cont în valuta națională).

Tabelul 1 Analiza comparativă a comisioanelor privind deservirea cardurilor Business

Comisionul	MAIB	BC "Moldind-conbank" SA	OTP Bank	BC "EuroCreditBank" SA
Depunerea minimă inițială	0 lei	0 lei	0 lei	1000 lei
Taxa lunară de administrare a fiecărui card	50 lei	30 lei	Max 80 lei	30 lei
Comision pentru retragerea numerarului:				
- la ghișeele/bancomatele băncii	1%-1,3%	0,8 % + 0,5 EUR	1% + 0,5 EUR	0,80%
- la ghișeele/bancomatele altor bănci din RM	1,5%, min.25 lei	1 % + 0,5 EUR	1,2% + 0,5 EUR	1,5% + 1,5 EUR
- în străinătate	1,5%, min. 60 lei	1,5 % + 2 EUR	1.2% + 2.5 EUR	1,5% + 3 EUR
Taxa de emitere urgentă a cardului	200 lei	150 lei	Gratuit	300 lei
Reemiterea cardului:				
- la expirarea termenului de valabilitate;	200 lei	Gratuit	Gratuit	Gratuit
- în caz de pierdere, furt, deteriorare, compromitere sau alte cazuri	225 lei	150 lei	100 lei	300 lei
Comision pentru închiderea contului curent cu card atașat	350 lei	350 lei	Gratuit	Gratuit

Sursa: elaborat de autor în baza informațiilor privind tarifele aplicate de bănci analizate

În urma analizei comparative a comisioanelor privind deservirea cardurilor Business, putem evidenția faptul că oferta băncii OTP Bank este cea mai avantajoasă pentru persoanele juridice deoarece necesită un minimum de cheltuieli datorită taxelor mici aplicate. Astfel potrivit acestei variante întreprinderile vor putea oferi carduri Business la mai mulți angajați.

Concluzii:

Cardurile de plată oferă diverse beneficii titularului, cele mai importante fiind:

- **economisirea timpului** – achitățile se realizează direct cu cardul de plată, nefiind necesară retragerea preventivă a numerarului/ pot fi efectuate tranzacții on-line prin intermediul platformelor de comerț electronic;
- **comoditate** – la procurarea mărfurilor/serviciilor de mare valoare atât în țară, cât și peste hotare achitățile se realizează direct din contul plătitorului, nefiind necesară deținerea numerarului;

- **lipsa comisioanelor** - la achitarea mărfurilor/serviciilor prin intermediul cardurilor de la plătitor nu se percep comisioane.

În urma analizei avantajelor cardurilor Business oferite de diferite bănci, putem evidenția faptul că cele mai utile beneficii și avantaje sunt oferite la cardurile emise de către *MAIB* și *BC "Moldindconbank" SA* datorită prezenței beneficiilor speciale și utile pentru ca întreprinderea să își desfășoare activitatea într-un mod cât mai eficient și cu eforturi minime.

În urma analizei comparative a comisioanelor privind deservirea cardurilor Business, cardul care necesită minimum de cheltuieli și care este cel mai convenabil pentru întreprinderi reprezintă cardul oferit de către *OTP Bank*.

Referințe bibliografice:

- [1]. <https://www.bnm.md/ro/content/avantajele-utilizarii-instrumentelor-si-serviciilor-de-plata-fara-numerar>
- [2]. <https://www.maib.md/ro/persoane-juridice/carduri-de-debit/carduri-debit>
- [3]. <https://www.micb.md/carduri-corporative/>
- [4]. <https://mobiasbanca.md/mastercard-business>
- [5]. <https://www.ecb.md/ro/carduri-bancare-persoane-juridice/>
- [6]. <https://www.maib.md/ro/persoane-juridice/carduri-de-debit/carduri-debit#rates/>
- [7]. Tarife și limite privind deservirea cardurilor emise de *BC "Moldindconbank" SA*
https://www.micb.md/img/tarife/Tarife-carduri-Corporative_25_11_2020.pdf
- [8]. Informații privind condițiile de emisie și deservire a cardurilor Business la *OTP Bank*
<https://mobiasbanca.md/storage/2023/PJ/tarife/carduri/tarife-business-120623-ro.pdf>
- [9]. Tarife de emisie și utilizare a cardurilor bancare la *BC "EuroCreditBank" SA*.
<https://www.ecb.md/upload/files/1hd32u3ve8.pdf>

IMPACTUL RĂZBOIULUI DIN UCRAINA ASUPRA ECONOMIEI STATELOR MEMBRE ALE UNIUNII EUROPENE ȘI CONSECINȚELE LUI ASUPRA SIGURANȚEI ECONOMICE DIN REPUBLICA MOLDOVA

*Orice criză este un punct de inflexiune în care,
de regulă, se preferă măsuri inflexibile.*
Hasier Agirre

¹ Savciuc Cristina, Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chisinau, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37369667758; Email: cristinasav@mail.ru

² Cebanu Ion, Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chisinau, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37368010309; Email: ion919991@gmail.com

³ Burlacu Vlad, Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chisinau, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37360290447; Email: vlad.burlacu.2004@gmail.com

Abstract

This article represents a brief analysis of the impact produced by the armed conflict in the neighboring state on the economy at the European level and in particular for the economy of the Republic of Moldova. This research highlights the vulnerable or dependent aspects of the Russian Federation at the EU level and regarding the economic dependence of the Republic of Moldova on Russian energy resources. At the same time, certain solutions are proposed which, in the author's view, would reduce the negative impact on some areas of the economy and allow the crisis situation to be successfully overcome.

Cuvinte cheie: economie, produs intern brut, război, comerț, mărfuri, import, export, inflație.

Scopul cercetării este de a evidenția principalele aspecte din domeniul economiei la nivelul UE și în particular la nivelul Republicii Moldova care au avut de suferit cel mai amplu de pe urma declanșării conflictului armat din Ucraina și de a identifica anumite soluții de redresare a situației de criză.

Războiul declanșat de Rusia în Ucraina a conturat premise de îngrijorare în legătură cu dezvoltarea economică pe termen mediu și lung în comunitatea internațională. În consecință au fost afectate substanțial domenii precum cel energetic, comerțul și sectorul financiar și cel imobiliar, apreciază majoritatea specialiștilor

Deși conflictul militar s-a produs la nivel local între Ucraina și Rusia, acesta a căpătat și un caracter economic, iar ca rezultat guvernele din întreaga lume au impus sancțiuni financiare și economice ample, inclusiv embargouri asupra exporturilor de bunuri de înaltă tehnologie, sancțiuni împotriva celor mai mari bănci rusești, eliminarea mai multor bănci rusești de la SWIFT și înghețarea a două treimi din rezervele valutare (FX) ale băncilor centrale ruse, astfel izolând sistemul bancar rus de sistemul monetar internațional.

Contrasancțiunile din Rusia au inclus o conversie obligatorie a 80% din valutele primite în tranzacțiile comerciale în ruble, controale foarte stricte de capital privind plățile în străinătate (inclusiv serviciul datoriei suverane și interzicerea străinilor de a vinde titluri de valoare), precum și naționalizarea companiilor străine care decid să părăsească Rusia după începerea războiului”.

Pentru restul economiilor - mai ales în Europa - energia, comerțul și finanțele continuă să fie principalele canale de impact. Prețurile mai mari ale mărfurilor, volatilitatea, în special pentru petrol și gaze, dar și disponibilitatea mărfurilor agricole (grâu, porumb, rapiță, semințe de floarea soarelui

și ulei), pentru care Rusia și Ucraina reprezintă mai mult de 10% din exporturile globale, precum și materii prime și materiale (nichel, paladiu) au dus la un șoc negativ semnificativ al ofertei, în special pentru economiile europene”. Aproximativ două treimi din revizuirea descendentă a creșterii globale se datorează șocurilor încrederii și lanțurilor de aprovizionare, restul fiind atribuită prețurilor mai mari ale mărfurilor. În ceea ce privește inflația globală - aceasta se va dovedi, de asemenea, mai persistentă și mai ridicată, fiind revizuită în creștere cu +1,9 puncte procentuale de la 6%, din cauza prețurilor mari la energie și a întreruperilor lanțului de aprovizionare, care vor contribui la presiunile prețurilor în egală măsură.

Pe fondul evoluțiilor recente ale cotațiilor țițeiului pe piețe internaționale, ritmul de creștere a prețurilor la combustibili în anul 2022 a constituit 47,5%, cu 32 p.p. peste nivelul înregistrat în p.s.a.p. În trimestrul IV al anului 2022 ritmul de creștere crescut cu 8,8 p.p. și a atins nivelul de 39,2%, comparativ cu perioada similară a anului precedent.

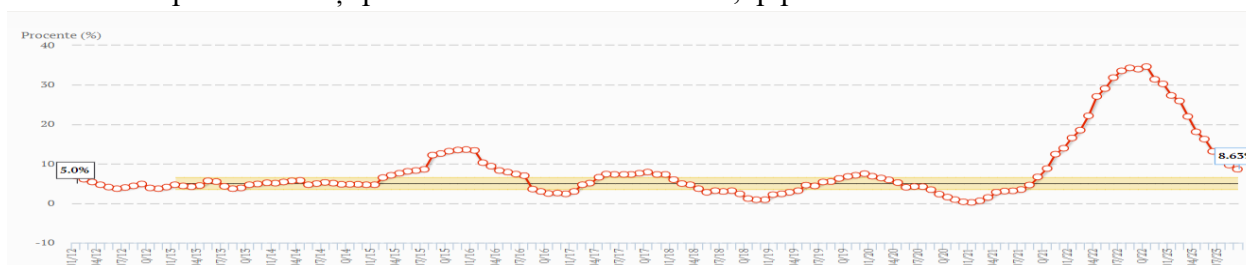
În ceea ce privește comerțul, pe lângă pierderea pe termen scurt a piețelor de export, criza actuală a întârziat normalizarea lanțurilor de aprovizionare. Astfel, este probabil ca aceasta să influențeze producția potențială din cauza realocării defensive, orientate spre reziliență a resurselor. Având în vedere că navele de containere sunt redirecționate către rute mai puțin directe și mai costisitoare pentru a evita Marea Neagră, congestia poate crește în alte porturi europene. În plus, transportul aerian de marfă este afectat de închiderile spațiului aerian atât de Rusia, cât și de Europa iar înăsprirea restricțiilor sanitare în China, ca răspuns la noile focare de COVID-19, ar putea ridica prețurile inputurilor și ar putea duce la creșterea congestionării porturilor”.

În acest context, băncile din Italia au cea mai mare expunere absolută față de Rusia (aproximativ 25 miliarde USD), dar aceasta reprezintă doar 2,5% din totalul creanțelor externe. Băncile austriece dețin cea mai mare pondere a creanțelor față de Rusia în comparație cu creanțele străine, dar aceasta este încă moderată de 3,7% din totalul expunerilor. dincolo de paradisurile fiscale, în special pentru minerit/cariere, finanțe și imobiliare, Țările de Jos, Marea Britanie și Germania au cel mai mare număr de filiale străine în Rusia și Ucraina.

Majoritatea țărilor UE au extins (și au adoptat) măsuri fiscale de cel puțin 0,6% din PIB în medie pentru a ajuta gospodăriile și firmele vulnerabile să facă față inflației energetice.

În ce privește Republica Moldova vom menționa că produsul intern brut al Republicii Moldova, conform datelor semidifinitive pentru anul 2022, a însumat valoarea 274 207 mil. MDL, în prețuri curente de piață, înregistrând, astfel, o descreștere în termeni reali cu 5,9% față de anul 2021.

În anul 2022, inflația a înregistrat un nivel extrem de ridicat, depășind semnificativ limitele coridorului de variație a țintei stipulate în Strategia politicii monetare pe termen mediu și a constituit 30,2%. În aceeași perioadă, pentru componentele IPC s-au înregistrat următoarele majorări: produse alimentare – 31,8%, produse nealimentare – 11,9%, servicii – 44% f.p.s.a.p. Ritmul anual de creștere al inflației de bază în perioada ianuarie – decembrie 2022 a fost de 16,7% f.p.s.a.p., avansând față de nivelul atins pentru aceeași perioadă a anului 2021 cu 12,5p.p.



CONFERINȚA ȘTIINȚIFICO-PRACTICĂ ONLINE PENTRU ELEVI ȘI CADRE DIDACTICE DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL PROFESSIONAL TEHNIC 2023

În perioada Ianuarie 2020 – Noiembrie 2023 evoluția ratelor de schimb se prezintă astfel, de menționat faptul că cea mai mare cotația a EUR a ajuns la 21,69 la 21 aprilie 2021, iar cea mai mică cotație a fost de 18,71 la 22 septembrie 2022.



Figura 1. Evoluția ratelor de schimb EUR în perioada 01.2020 – 11.2023

Sursa: Site-ul BNM

În perioada Ianuarie 2020 – Noiembrie 2023 evoluția ratelor de schimb se prezintă astfel, de menționat faptul că cea mai mare cotația a EUR a ajuns la 18,57 la 22 decembrie 2022, iar cea mai mică cotație a fost de 16,54 la 12 august 2020.

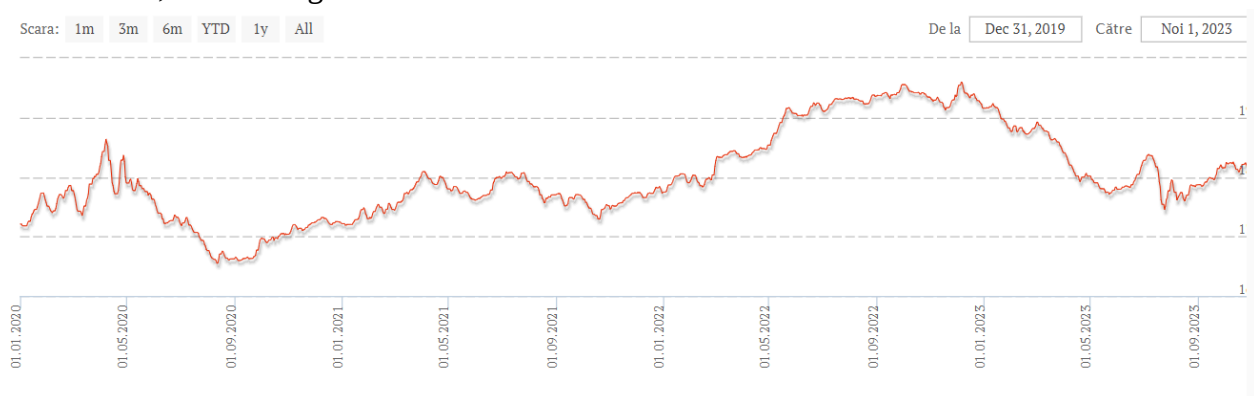


Figura 2. Evoluția ratelor de schimb USD în perioada 01.2020 – 11.2023

Sursa: Site-ul BNM

Numărul întreprinderilor înregistrate în anul 2022 a marcat o descreștere de 6,4% comparativ cu anul precedent. Astfel, potrivit datelor Agenției Serviciilor Publice, în Registrul de stat în anul 2022, au fost înregistrate 6396 întreprinderi noi. Spre deosebire de anii precedenți, potrivit datelor ASP, în anul 2022 numărul întreprinderilor radiate a marcat o descreștere semnificativă. Astfel, în anul 2022, numărul întreprinderilor radiate a constituit 4892 de unități sau cu 25,9% în descreștere față de anul 2021.

Veniturile disponibile ale populației pe o lună în medie la o persoană în anul 2022 au fost în mărime de 4252,7 MDL, majorându-se cu 21,2% față de anul precedent, iar în termeni reali (cu ajustarea la indicele prețurilor de consum) s-au micșorat cu 5,9%. Cele mai importante surse de venit sunt: salariile (50,7%), prestațiile sociale (20,3%) și transferurile bănești de peste hotare (12,1%). Cheltuielile de consum lunare ale populației în medie pe o persoană în anul 2022 au fost de 3711,9 MDL, majorându-se cu 22,1% față de anul precedent. În termeni reali (ajustând la indicii prețurilor de consum), cheltuielile populației s-au redus în medie cu 5,1% față de anul precedent. Cele mai

importante destinații de cheltuieli sunt: cheltuielile pentru produsele alimentare și băuturile nealcoolice (41,1% din cheltuielile de consum), cheltuielile pentru locuință, apă, electricitate și gaze (16,3%), cheltuielile pentru îmbrăcăminte și încălțăminte (8,4%).

Volumul transferurilor bănești de peste hotare transmise în favoarea persoanelor fizice, prin intermediul băncilor, în anul 2022 a stabilit un nou record, care a depășit 1,75 miliarde USD.

Producția agricolă în Republica Moldova pentru anul 2022 s-a diminuat semnificativ cu 29,8 % (în prețuri comparabile) comparativ cu anul 2021. Rezultatul dat se datorează reducerii considerabile a producției vegetale cu 36,8% f.p.s.a.p. și a diminuării producției animaliere cu 2,6% f.p.s.a.p.

În anul 2022, volumul mărfurilor transportate pe toate tipurile de transport (feroviar, rutier, fluvial și aerian) a atins cifra de 20,9 mil. tone. Acest volum este net superior celui din perioada similară a anului precedent cu 5,9%. De asemenea și parcursul mărfurilor transportate pe toate tipurile de transport a crescut cu 14,1% față de anul precedent, astfel însumând 6 071,8 mil. tone km.

În anul 2022, turiștii și excursioniștii care au profitat de serviciile acordate de agențiile de turism și a turoperatorilor au atins cifra de 477,2 mii, sau altfel spus, o cifră cu 48,7% mai mult comparativ cu anul precedent. Rezultatul obținut se datorează faptului că populația Republicii Moldova, a eviată Ucraina ca obiectiv turistic și au ales locațiile turistice din țară

În anul 2022, au crescut și prețurile la producția industrială. Ritmul de creștere a IPPI a constituit 26,7%, cu 18,2 p.p. depășind valoarea acestuia pentru aceeași perioadă a anului precedent. Impactul războiului din Ucraina și perturbarea lanțurilor de aprovizionare și-a lăsat amprenta și asupra costurilor de producție și transport pentru companii care au crescut semnificativ, ceea ce a dus la o creștere a prețurilor pentru produsele industriale. O contribuție majoră fiind exercitată de majorarea prețurilor la gazele naturale, energie electrică și la combustibili.

Problemele de aprovizionare și deficitul de personal calificat în sectorul construcțiilor au fost exacerbate de impactul războiului din Ucraina și de perturbarea lanțurilor de aprovizionare. Aceste probleme au dus la creșterea prețurilor în sectorul construcțiilor și au afectat dezvoltarea acestuia. Prețurile în construcții au crescut în anul 2022 cu 23,8% f.p.s.a.p. În expresie trimestrială ritmul de creștere a prețurilor în construcții a urcat de la 15,5% în primul trimestru până la 26% f.p.s.a.p. în trimestrul IV, 2022. În condițiile creșterii prețurilor în construcții concomitent cu scăderea puterii de cumpărare a populației pe fondul creșterii generalizate a prețurilor de consum, reprezintă un risc de stagnare pentru dezvoltarea acestui sector în viitor

În anul 2022, veniturile bugetului public național au crescut cu 18,3% față de perioadă anului 2021.

În anul 2022, veniturile bugetului public național (BNP) au constituit 91505,4 mil. MDL, în creștere cu 14132,3 mil. MDL sau în termeni nominali cu 18,3% comparativ cu perioada similară a anului 2021. La majorarea încasărilor bugetului public în anul 2022 au contribuit impozitele și taxele, care au însumat suma de 57524,2 mil. MDL, în creștere cu 18,3%; granturi primite au constituit 4539,4 mil.MDL fiind în creștere de 2 ori sau cu 2092,0 mil.MDL, f.p.s.a.p. Prin urmare, contribuțiile și primele de asigurări au înregistrat creșteri cu 14,1%, (însumând 24923,2 mil. MDL) și la categoria alte venituri s-au înregistrat creșteri cu 22,2% în sumă de 4518,6 mil. MDL, față de perioada similară a anului 2021.

În anul 2022, decalajul considerabil dintre exporturile și importurile de mărfuri a determinat acumularea unui deficit al balanței comerciale în valoare de 4884,0 mil. USD, cu 21,1% mai mult comparativ cu cel înregistrat în aceeași perioadă din anul 2021. Importurile de mărfuri, au constituit 9219,1 mil. USD, fiind în creștere cu 28,5% comparativ cu anul 2021.Creșteri a importurilor de mărfuri au fost înregistrate din toate grupele de țări. Din țările UE a fost înregistrată cea mai mare

creștere, valoarea importurilor de mărfuri din aceste țări a constituit 4364,9 mil. USD (sau 38,6%). Importurile de mărfuri au deținut o pondere de 47,7% din total au contribuit pozitiv la dinamica importurilor cu 16,9 p.p. Importurile de mărfuri din țările CSI s-au majorat cu 14,7%, înregistrând o valoare de 2185,6 mil. USD, ca urmare creșterii semnificative a prețurilor la gazul natural. Astfel, importurile de mărfuri din țările CSI dețin o pondere de 23,7% din total, contribuind pozitiv la evoluția importurilor cu 3,9 p.p.

Este evident că în asemenea situații RM fără parteneriatul cu Uniunea Europeană nu ar fi putut face față tuturor provocărilor economice survenite din instabilitatea de Securitate. Încă din prima zi a agresiunii militare nejustificate a Rusiei din Ucraina, Uniunea Europeană a făcut front comun cu partenerii săi, pentru a susține Republica Moldova care se confrunta cu un război la o distanță de doar zeci de km, sute de mii de refugiați ucraineni la frontieră și cu o serie de provocări fără precedent pentru propriii cetățeni.

În acest sens vom menționa că

- Aproape 750 de mii de refugiați care au traversat granița în Republica Moldova, dintre care peste 100 de mii au rămas în țară;
- 59 de milioane de euro, valoarea suportului umanitar oferit de Echipa Europa pentru gestionarea fluxului de refugiați;
- 150 de milioane de euro acordați de UE pentru aplanarea crizei energetice generată de război care au ajutat aproximativ 600 de mii de cetățeni să beneficieze de compensații pentru consumul de energie;
- 150 de milioane de euro asistență financiară oferită sub formă de împrumuturi și granturi;
- 112 milioane de euro pentru reziliența economică și susținerea afacerilor;
- peste 400 de milioane de euro pentru domenii strategice cum ar fi gestionarea frontierelor, investiții în proiecte de eficiență energetică, modernizarea sectorului apărării, securitate cibernetică etc. în perioada octombrie 2021 – decembrie 2022.

În asemenea condiții Uniunea Europeană, și-au mobilizat resursele pentru a veni cu un răspuns prompt la necesitățile stringente ale Republicii Moldova și ale refugiaților din Ucraina. Peste 59 de milioane de euro este valoarea ajutorului umanitar pe care UE și statele sale membre l-au alocat pentru gestionarea fluxului de refugiați. Asistența a inclus suport financiar, dar și bunuri de primă necesitate pentru cetățenii Ucrainei ajunși în Moldova în căutarea siguranței.

Pentru a reduce amenințările la securitatea Uniunii Europene și a țărilor din vecinătatea ei, autoritățile europene au redirecționat peste 47 de milioane de euro în modernizarea sectorului apărării Republicii Moldova.

Invazia Rusiei în Ucraina și folosirea surselor de energie pentru a exercita presiuni politice, au provocat o criză fără precedent. Drept urmare, prețurile pentru consumul de energie au crescut brusc, cetățenii Republicii Moldova intrând în dificultate de plată. Moldova a primit suport bugetar în valoare de peste 150 de milioane de euro pentru gestionarea crizei energetice și sprijinirea grupurilor vulnerabile. Peste 600 de mii de cetățeni au beneficiat de compensații pentru consumul de energie..

Într-o perioadă afectată puternic de crize și provocări, UE și statele membre au continuat să investească în reabilitarea economică a Moldovei. Peste 150 de milioane de euro este valoarea asistenței financiare oferită sub formă de împrumuturi și granturi. Alte 112 milioane de euro au fost alocate pentru inițiativele menite să sporească reziliența economică și să contribuie la dezvoltarea afacerilor. Recent, Uniunea Europeană a anunțat un nou pachet de **asistență macrofinanciară în valoare de 145 de milioane de euro.**

Concluzii.

Concluzionând, putem menționa că războiul declanșat de Rusia în statul vecin a afectat creșterea economică la nivel global și în special pe continental European a marcat câteva schimbări majore printre care:

- Diminuarea dependenței statelor europene de resursele energetice rusești
- Solidaritatea statelor membre UE în ce privește măsurile exporturilor și importuri de mărfuri din și spre Rusia
- Ajutor sporit pentru susținerea RM venit în special din partea statelor membre ale UE
- În aceeași ordine de idei conflictul armat a arătat cât de expusă poate fi RM unor perturbări externe de ordin de securitate, care pot afecta inclusiv economia statului nostru în ansamblu
- În condițiile analizate mai sus se impune și anumite **recomandări** printre care
- Direcționarea creditelor și granturilor externe către sectorul economiei reale în special prin măsuri de dezvoltare durabilă a producției interne care ar oferi locuri de muncă, ar diminua exodul populației tinere și ar crește capacitatea economică a statului
- Diversificarea resurselor energetice prin încurajarea persoanelor fizice și juridice în instalarea surselor alternative de producere și consum de energie electrică precum bateriile solare etc.
- Elaborarea programelor de încurajare a populației să rămână în localitățile de baștină.

Referințe bibliografice:

- [1]. Institutul Național de Cercetări Economice, Tendințe în economia Republicii Moldova, Nr. 48/2023 (trim. IV, 2022), Chișinău, ISSN 1857-3126
- [2]. Anghelache C., Anhel M. A., Analiza evoluției produsului intern brut în România, ed. Economica București 2023
- [3]. www.bnm.md (accesat 10.10.2023)
- [4]. Ce impact va avea războiul din Ucraina asupra economiei mondiale (jurnalul.ro) (accesat 10.10.2023)
- [5]. Ce efecte va avea războiul din Ucraina asupra economiei românești | Observatornews.ro (accesat 10.10.2023)
- [6]. 1682586257_met_48_es_web.pdf (ince.md) (accesat 10.10.2023)
- [7]. Un an de război în Ucraina. Cum Republica Moldova a făcut față provocărilor generate de invazia Rusiei în țara vecină? | EEAS (europa.eu) (accesat 10.10.2023)
- [8]. Războiul din Ucraina: impact social dramatic asupra Moldovei – DW – 07.10.2023 (accesat 10.10.2023)
- [9]. www.bns.md (accesat 10.10.2023)

DEZVOLTAREA ANTRE-RENORITATULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA: TENDINȚE ȘI PERSPECTIVE

Tatiana Colesnicova¹ dr. în economie, conferențiar cercetător **Lungu Ariadna**² gr. 1FB-2133

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Administrarea Afacerilor, bd. Iuri Gagarin 8, MD-2001, Chișinău, Republica Moldova, Tel: 022501104, Email: tcolesnicova@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Administrarea Afacerilor, bd. Iuri Gagarin 8, MD-2001, Chișinău, Republica Moldova, Tel: 069478138, Email: lunguariadna928@gmail.co

Abstract

The present study refers to the evolution of entrepreneurship development in the Republic of Moldova. Entrepreneurship is considered a key factor for economic development, so supporting it represents economic prosperity. Through this research, the authors aimed to present the changes in the development trends of enterprises in the main economic sectors of activity. Also, in the paper, some problems faced by entrepreneurship were addressed. However, in the analysis it was observed that although entrepreneurship faces many problems, the outlooks for development are positive. Also another aspect of the study are the support measures undertaken by the government of the Republic of Moldova.

Cuvinte cheie: antreprenoriat, întreprinderi mari, IMM-uri, tendințe de dezvoltare, perspective, modalități de susținere

Conform Legii RM cu privire la antreprenoriat și întreprinderi “Antreprenoriat este activitatea de fabricare a producției, executare a lucrărilor și prestare a serviciilor, desfășurată de cetățeni și de asociațiile acestora în mod independent, din proprie inițiativă, în numele lor, pe riscul propriu și sub răspunderea lor patrimonială cu scopul de a-și asigura o sursă permanentă de venituri”. Altfel spus antreprenoriatul este genul de activitate ce are ca obiective crearea, finanțarea și gestionarea întreprinderilor cu scopul de a obține profit.

Anume antreprenoriatul, în special întreprinderile mici și mijlocii reprezintă factorul ce determină ritmul de creștere economică. Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) reprezintă principalul sector al economiei naționale, deoarece prin gradul ridicat de mobilitate și flexibilitate, constituie segmentul cel mai adaptabil la schimbările pieței. În Republica Moldova din totalul întreprinderilor IMM-urile ocupă peste 98%.

Privind evoluția dezvoltării antreprenoriatului și luând în calcul repartizarea teritorială a acestor întreprinderi, pot fi remarcate existența unor arii cu grad diferit de concentrare în țară. Cota dominantă a întreprinderilor în anul 2022 în număr de 37,9 mii este concentrată în municipiul Chișinău, urmat în clasament de regiunea de Centru cu 10,6 mii, cea de Nord cu 8,3 mii și cea de Sud cu 3,6 mii. Diferențierea teritorială observată este generată de o serie de factori cu caracter local, cum ar fi: oportunitățile locale, câștigurile populației, concentrarea potențialului uman, intelectual și financiar, cultura și experiența antreprenorială, infrastructura etc.

De asemenea se observă că creșterea numărului de IMM-uri în ultimii ani, în Republica Moldova a fost însoțită de reducerea numărului întreprinderilor mari. Tendințele de dezvoltare și domeniile preferabile a businessului se observă în tabelul nr.1.

Tabelul 1. Numărul întreprinderilor din Republica Moldova pe principalele sectoare economice de activitate în anii 2021-2022, în procente

Indicatori	Anul 2021		Anul 2022	
	În. Mari	IMM	În. Mari	IMM
Total	100%	100%	100%	100%
Agricultura, silvicultura și pescuitul	2,55	8,47	2,41	8,76

**CONFERINȚA ȘTIINȚIFICO-PRACTICĂ ONLINE PENTRU ELEVI ȘI CADRE DIDACTICE DIN
ÎNVĂȚĂMÂNTUL PROFESSIONAL TEHNIC 2023**

Industria prelucrătoare	23,4	8,12	24,14	7,95
Construcții	5,85	6,18	4,82	6,21
Comerțul cu ridicata și cu amănuntul	38,93	35,03	38,83	34,04
Transport și depozitare	4,02	5,43	4,02	5,65
Activități de cazare și alimentare publică	0,54	3,6	0,6	3,65
Energia electrică, gaze și apă	3,29	0,31	3,62	0,42
Informații și comunicații	3,1	4,8	3,01	5,29
Distribuția apei, salubritate, gestionarea deșeurilor, activități de decontaminare	0,54	0,8	0,6	0,76
Tranzacții imobiliare	0,73	6,62	0,8	6,52
Activități profesionale, științifice și tehnice	0,18	8,86	0	8,96
Alte activități	16,81	11,53	17,1	11,73

Sursa: Elaborat de autor bazat pe datele de la Biroului Național de Statistică din Republica Moldova, disponibil pe: <https://statistica.gov.md/ro> [accesat pe 28.10.2023].

Antreprenorii întreprinderilor mari dau preferință domeniilor : „comerțul cu ridicata și amănuntul” (38,83%), urmat de „industria prelucrătoare” (24,14%). Iar pentru antreprenorii businessului mic și mijlociu domeniile atractive sunt : „comerțul cu ridicată și amănuntul” (34,04%), după care urmează „activități profesionale, științifice și tehnice” (8,96%), „agricultura, siveicultura și pescuitul” (8,76%). Din tabel se observă o tendință negativă în domeniul „comerțul cu ridicata și cu amănuntul”, atât pentru întreprinderile mari cât și pentru cele mici și mijlocii. Scade numărul de antreprenori ce doresc să activeze în acest domeniu. De asemenea întreprinderile mari se confruntă cu probleme în domeniul „construcții”. Iar în domeniul agriculturii situația pentru întreprinderile mari este critică și continuă să se înrăutățească. Agricultorii sunt puși în fața unei alegeri: să rămână în țară sau să emigreze pentru a-și putea rezolva problemele. În ciuda acestor fapte se observă o tendință pozitivă în mediul de afaceri. Conform datelor Barometrului de afaceri din Republica Moldova situația s-a îmbunătățit semnificativ în sondajul din luna mai 2023, comparativ cu cel realizat în luna decembrie 2022. Printre problemele principale cu care se confruntă companiile conform sondajului din mai 2023 putem evidenția:

- Creșterea prețurilor în general, inclusiv la materie primă și la alte componente ale costurilor de producție, de această problemă sunt afectate 67% din toate companiile.
- Dificultăți ce țin de situația din Ucraina. Peste 37% din companii au activitatea lor perturbată de războiul din Ucraina, inclusiv au probleme cu aprovizionări cu materie primă, transport, piață de desfacere și alte aspecte.
- Lipsa angajaților calificați e o problemă importantă pentru 40% din companii.

Concluzii.

Perspectivile de dezvoltare sunt pozitive în special pentru întreprinderile mici și mijlocii. Cu fiecare an numărul de IMM-uri crește, iar domeniile de activitate a acestora devin mai diversificate.

În consecință susținerea acestui sector devine una dintre prioritățile de bază a guvernului. Prin intermediul Organizației pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului în anul 2022, prin diferite programe de suport au fost susținute 1375 de întreprinderi. La ora actuală, Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului susține producători autohtoni în cadrul a 15 programe de suport. Cele mai recente dintre aceste programe sunt:

- Programul Start pentru Tineri
- Femei în Afaceri
- Programul de Susținere a Inovațiilor Digitale și Startup-urilor Tehnologice
- Programul de Transformare Digitală
- Programul pentru susținerea antreprenorilor – „373”

De asemenea Guvernul a elaborat Strategia națională de dezvoltare „Moldova Europeană 2030” (SND). Scopul acestei strategii este dezvoltarea Republicii Moldova în mai multe domenii. În contextul dezvoltării antreprenoriatului, obiectivele SND sunt:

- creșterea productivității agricole și a veniturilor producătorilor agricoli mici prin accesul sigur și egal la factori de producție, servicii financiare și piețe de desfacere
- implementarea politicilor orientate spre dezvoltare, ce susțin formalizarea și creșterea întreprinderilor micro, mici și mijlocii
- Îmbunătățirea accesului antreprenorilor la finanțare
- Facilitarea transferului de tehnologii și inovații

Referințe bibliografice:

- [1]. LEGE Nr. 845 din 03-01-1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138763&lang=ro#
- [2]. Biroul național de statistică: <https://statistica.gov.md/ro>
- [3]. Comunicat de presă: Realizările și planurile Ministerului Economiei pentru susținerea antreprenoriatului din Republica Moldova <https://mded.gov.md/realizarile-si-planurile-ministerului-economiei-pentru-sustinerea-antreprenoriatului-din-republica-moldova/>
- [4]. Comunicat de presă realizat de agenția IPN: Barometrul de Afaceri din Republica Moldova: Trend de creștere pentru toți indicatorii https://www.ipn.md/ro/barometrul-de-afaceri-din-republica-moldova-trend-de-crestere-7966_1097567.html
- [5]. Comunicat de presă realizat de agenția IPN: Situația în domeniul agriculturii este critică și continuă să se înrăutățească https://www.ipn.md/ro/situatia-in-domeniul-agriculturii-este-critica-si-continua-sa-7966_1100322.html
- [6]. STRATEGIA NAȚIONALĂ de dezvoltare „Moldova Europeană 2030” :
<https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/114551/144024/F-58223931/MDA-114551.pdf>
- [7]. Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului - realizări și perspective
<https://www.oda.md/ro/media-page/presa/comunicate-de-presa/organizatia-pentru-dezvoltarea-antreprenoriatului-realizari-si-perspective>

”EVOLUȚII MACROECONOMICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA”

Olari Ana¹ grad didactic unu, **Ciumac Ana²** Gr. C-2132gc

¹Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale, or. Chișinău str. Sarmisegetusa, 48 MD-2062, Tel: 079190655, E-mail: anagolub.olari@gmail.com

²Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale, or. Chișinău str. Sarmisegetusa, 48 MD-2062, Tel: 069565428, E-mail: anaciumac559@gmail.com

Abstract

In this paper contains an analysis of the evolution of macroeconomic indicators (gross domestic product by categories of resources and uses, consumer price index, export, import, inflation etc.) in the Republic of Moldova, as well as information on the social-economic situation, the development trends of the country for a certain period 2022-2023.

Cuvinte-cheie: *inflație, Produsul Intern Brut, import, export, datorie*

Pe parcursul lunilor februarie-martie a anului 2022 Ministerul Economiei a elaborat versiunea preliminară a prognozei macroeconomice, care a fost consultată cu experții Fondului Monetar Internațional (FMI). Potrivit estimărilor, pe fonul multiplelor crize suprapuse, agravate de războiul declanșat în țara vecină, s-a anticipat că în anul curent 2022 economia Republicii Moldova își va tempera semnificativ evoluția.

Pe parcursul anului datele statistice privind indicatorii cu frecvență înaltă (producția industrială, comerțul interior de bunuri și servicii, remiterile, creditarea, indicatorii bugetari, indicatorii externi etc.) au scos în evidență un ritm de încetinire a economiei mai accentuat decât s-a anticipat, inclusiv ca impact al condițiilor climatice secetoase din vara anului 2022. Prin urmare, prognoza principalilor indicatori macroeconomici a fost actualizată în luna august și ulterior revizuită în consultare cu experții FMI în cadrul misiunii desfășurate la începutul lunii noiembrie și prevede o recesiune economică de -3% în anul 2022. Anticipăm că impactul negativ al condițiilor nefavorabile va persista cel puțin în prima jumătate a anului 2023, fapt care va permite o recuperare parțială de numai 2%. Războiul din Ucraina, criza energetică, cererea externă și internă slabă sunt principalele ipoteze ale acestor proiecții. Cu toate acestea, din a doua jumătate a anului 2023 se așteaptă o ușoară redresare, bazată pe îmbunătățirea mediului extern, scăderea presiunii inflaționiste și condiții financiare mai relaxate.

Totodată, menționăm că în continuare persistă riscuri și incertitudini majore cu privire la evoluția războiului din țara vecină și a situației din regiune, care pot impacta semnificativ economia națională și influența datele prognozate.

1. Sectorul real

1.1 Produsul Intern Brut

Crizele anului precedent 2022 – seceta, creșterea accelerată a prețurilor, războiul din țara vecină - continuă să influențeze evoluția economiei naționale. Astfel, Produsul intern brut (PIB), cel mai important indicator macroeconomic care indică starea actuală a economiei, se menține în descreștere, diminuându-se cu 2,4% în trimestrul I al anului curent. Fiind puternic influențat de majorarea costurilor de producție în contextul scumpirii materiilor prime și a resurselor energetice și de perturbarea/blocarea lanțurilor de aprovizionare, sectorul industrial rămâne în descreștere în perioada analizată și a sustras 2,7 p.p. din evoluția PIB. Cea mai negativă contribuție asupra PIB a fost generată

de sectorul energetic (-1,4 p.p.). Puternic a influențat și industria prelucrătoare (-1,3 p.p.), care s-a diminuat cu 14,2%. Totodată, industria extractivă s-a diminuat cu 10,6%, generând un impact nul asupra PIB, la fel ca și subramura de distribuție a apei; salubritate, gestionarea deșeurilor, activități de decontaminare, care s-a majorat cu 6,4%.

1.2 Sectorul agricol s-a diminuat cu 4% în trimestrul I, însă ponderea în PIB a fost nesemnificativă (1,8%), fapt ce a determinat un impact de -0,1 p.p. asupra PIB. A scăzut atât producția vegetală, cât și animalieră, însă impactul major asupra evoluției totale a fost produs de sectorul zootehnic, care în primul trimestru ocupă o cotă de 99% în producția agricolă.

Factorii de bază ce au influențat evoluția sectorului agricol în semestrul I 2023:

Micșorarea efectivului de animale de toate tipurile, cu excepția efectivului păsări (+9,8%) Productivitatea scăzută a vacilor.

Concentrarea efectivului de vaci în gospodăriile individuale ale populației (circa 82%).

Totuși, unele activități economice au fost în creștere și au avut impact pozitiv asupra PIB în trimestrul I 2023, printre care se evidențiază: în sectorul de prestare a serviciilor în domeniul *sănătate și asistență socială* (creștere cu 9,6% și 0,6 p.p. contribuție), *sectorul IT* (+7,6%, 0,5 p.p. contribuție), *sectorul imobiliar* (+8,1%, 0,5 p.p. contribuție), *HoReCa* (+14,2%, 0,2 p.p. contribuție), *servicii de transport și depozitare* (+2,9%, 0,1 p.p. contribuție). Aceste evoluții reflectă unele semnale de îmbunătățire a situației macroeconomice, întrucât nivelul cel mai inferior al recesiunii economice a fost depășit. Pe partea cererii, descreșterea PIB a fost cauzată de exportul net și reducerea consumului.

1.3 Industria. Industria prelucrătoare este cea mai afectată ramură a sectorului industrial, care s-a diminuat cu 7,9% în ianuarie-mai.

1.4 Investiții în active imobilizate. Volumul investițiilor s-a diminuat în trimestrul I 2023 cu 7,2%, însumând circa 5,1 mild. lei. Descreștere au înregistrat investițiile finanțate din sursele proprii ale agenților economici, din împrumuturile externe, din alte surse străine, precum și din bugetele unităților administrativ-teritoriale.

Diminuarea investițiilor finanțate de sursele proprii ale agenților economici a constituit principalul factor de diminuare a investițiilor în ianuarie-martie 2023. Cu o pondere de circa 63,7% în total, acestea s-au diminuat cu 10,9%, contribuind în proporție de 100% la diminuarea totală a investițiilor. Această situație este explicată de incertitudinile în rândul investitorilor create de războiul din țara vecină, precum și scumpirea surselor de creditare, determinată de politica monetară antiinflaționistă din anul 2022.

2. Sectorul monetar

2.1 Inflația. În luna iunie 2023 rata inflației anuală a constituit 13,3% (față de iunie 2022), continuând traiectoria descendentă a șaptea lună consecutiv. Reducerea cererii interne, ca rezultat al politicii restrictive a BNM, a fost factorul principal cu efect dezinflaționist pe plan intern. Totodată, contractarea cererii externe, iarna caldă în regiunea europeană și crearea lanțurilor logistice noi au determinat scăderea prețurilor internaționale la resursele energetice, produsele alimentare și materia primă cu impactul respectiv asupra prețurilor interne.

Rata inflației de la începutul anului (iunie 2023 față de decembrie 2022) a constituit 4,4%, fiind mult mai joasă decât în iunie 2022 (20,2%). Printre componentele de bază care au majorat indicele prețurilor de consum se enumeră tariful la încălzirea centrală, gazele naturale prin rețea, apă și canalizare, prețurile la legume, fructe etc. Prețurile la produsele alimentare s-au majorat cu 4,2% și au contribuit cu 1,6 p.p. la creșterea IPC general. Seceta din vara anului 2022 și majorarea costurilor de producție sunt factorii de bază care au influențat creșterea prețurilor la produsele alimentare.

2.2. Cursul de schimb și piața valutară. În ianuarie-iunie 2023 moneda națională a marcat o apreciere de 4,6% față de dolarul SUA în termeni nominali (de la 19,16 lei pentru 1 dolar american la 01.01.2023 până la 18,28 lei la 30.06.2023). Față de Euro leul moldovenesc s-a apreciat cu 2%. Factorii de influență asupra cursului de schimb fluctuațiile dolarului SUA și a monedei Euro pe piețele valutare internaționale; oferta de valută mai mare decât cererea pe piața valutară internă; intervențiile Băncii Naționale a Moldovei pe piața valutară internă sub formă de cumpărări de valută.

3. Finanțe publice

3.1. Bugetul public național. Conform datelor Ministerului Finanțelor, în ianuarie-iunie 2023, la Bugetului public național au fost încasate venituri în valoare de 47 063,6 mil. lei, sau cu 12,9% mai mult față de aceeași perioadă din anul precedent. Totodată, în perioada de raport au fost realizate cheltuieli în sumă de 54 226,6 mil. lei, cu 20,2% mai mult. În semestrul I 2023, deficitul bugetar s-a soldat cu -7163 mil. lei și s-a majorat de 2,1 ori comparativ cu perioada similară 2022 (-3427,1 mil. lei). Evoluția veniturilor a fost determinată în mare parte de încasările din impozite și taxe pe mărfuri și servicii, care în ianuarie-mai 2023 s-au majorat cu 7,8% și au generat cea mai semnificativă contribuție la creșterea veniturilor publice.

3.2. Datoria de stat administrată de Guvern. Tendința de creștere a datoriei de stat (internă și externă) se menține și în 2023. La situația din 30 iunie curent soldul datoriei de stat a însumat 99,9 mild. lei și a înregistrat o majorare cu 27% comparativ cu aceeași dată din anul precedent. Cu o pondere de 36,8% în valoarea totală a datoriei de stat, **datoria internă** la sfârșitul lunii iunie curent a constituit 36,8 mild. lei și s-a majorat cu 14,9% față de aceeași situație din anul 2022.

Datoria de stat externă (pondere de 63,2% în total), a însumat 63,1 mild. lei și s-a majorat cu 35,3%. În valută străină datoria de stat externă a constituit 3453,7 mil. dolari și a înregistrat creștere cu 41,5% comparativ cu situația de la sfârșitul lunii iunie a anului 2022. Majorarea intrărilor de surse externe de finanțare a condiționat creșterea datoriei de stat externe.

4. Sectorul extern

4.1. Balanța de plăți externe. Necesarul de finanțare externă a țării s-a accentuat. Prețurile înalte la resursele energetice și produsele alimentare, seceta din anul 2022 și războiul din țara vecină s-au reflectat în indicatorii Balanței de plăți externe pentru trimestrul I 2023. Cererea internă și majorarea prețurilor la bunurile importate au determinat creșterea cu 21,9% a valorii importurilor de bunuri și servicii. Totodată, creșterea intrărilor remiterilor din străinătate și transferurile legate de cooperarea internațională au contribuit la îmbunătățirea deficitului contului curent, care s-a diminuat cu 4,4%. Prin urmare, necesarul de finanțare externă a țării raportat la PIB a atins nivelul de 15,7%, comparativ cu 18,9% în trimestrul I 2022.

Contul curent și contul de capital. Deficitul contului curent s-a micșorat, constituind 16,1% în raport cu PIB. Deficitul contului curent a înregistrat 545,4 mil. dolari și s-a diminuat cu 4,4% comparativ cu trimestrul I 2022. Situația soldurilor principalelor componente ale contului curent se prezintă astfel: - comerț cu bunuri: -1255 mil. dolari (+28,6%); - comerț cu servicii: 269 mil. dolari (+1,6 ori); - venituri primare: 62,4 mil. dolari (-1,5 mil. dolari în trimestrul I 2022); - venituri secundare: 378,3 mil. dolari (+1,6 ori). Îmbunătățirea soldului contului curent a fost determinată de evoluția pozitivă a excedentelor comerțului exterior cu servicii, veniturilor primare și celor secundare.

Exporturile de bunuri au constituit 915,8 mil. dolari (+1,1%) și au fost determinate în general de:

- cererea externă, în special, de grâu și meslin, vinuri de struguri și sucuri în țările partenere;
- anul agricol 2022 nefavorabil;
- diminuarea prețurilor internaționale la bunurile exportate (-5,6%);

- *conflictul militar în Ucraina.*

Importurile de bunuri au constituit 2170,8 mil. dolari (+15,4%), fiind determinate de: cererea internă pentru bunurile importate, în special, la gaz de sondă și produsele agroalimentare; majorarea cu 5,1% a prețurilor internaționale la bunurile importate.

Exportul serviciilor s-a majorat cu 29,5%, în general, datorită creșterii serviciilor de transport (+1,6 ori), serviciilor de telecomunicații, informatică și informații (+29,2%) și serviciilor de călătorii (+9,1%).

Importul serviciilor s-a majorat cu 11,1%. În cadrul acestora s-au majorat importurile serviciilor de telecomunicații, informatică și informații (+32,5%), de călătorii (+32%) și de transport (+0,9%).

Concluzii:

Perioada 2022-2023 a fost una marcată de provocări economice și sociale semnificative pentru Republica Moldova. Pe de o parte, țara a fost afectată de războiul din Ucraina, care a dus la o creștere a prețurilor la energie și la o deteriorare a perspectivelor economice globale. Pe de altă parte, Republica Moldova a obținut statutul de țară candidată la aderarea la Uniunea Europeană, ceea ce a deschis noi oportunități de dezvoltare.

Referințe bibliografice:

[1]. https://www.bnm.md/files/2_%20Infla%C8%9Bia-.pdf

[2]. https://ro.wikipedia.org/wiki/Produs_intern_brut

[3]. FES-Analiza-Expert-TOP2022.pdf

[4]. https://statistica.gov.md/ro/tendinte-in-evolutia-activitatii-economice-in-trimestrul-ii-2023-9557_60399.html

[5]. https://mded.gov.md/wp-content/uploads/2023/03/nota_proгноza_noiembrie_2022-site.pdf

DATORIA EXTERNĂ DE STAT LA ETAPA ACTUALĂ

COSTOVA Natalia¹, grad didactic II, **TIHON Viviana²**, **CARAMAN Liviu³**, gr. CON 212

¹ Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005, Chișinău, Tel: +373 79 512 415, Email: costova.daria@mail.ru

² Colegiul Național de Comerț al ASEM, Strada Petru Rareș 18, MD-2005, Chișinău, Tel: +37362113312, Email: tihonv21@gmail.com

³ Colegiul Național de Comerț al ASEM, Strada Petru Rareș 18, MD-2005, Chișinău, Tel: +37368966975, Email: liviucaraman807@gmail.com

Abstract

A country's economy is a system in which institutions and individuals interact through exchanges and transfers of goods, services and means of payment (e.g. money) for the production and consumption of goods and services. Within the economy, interacting units are economic entities that are capable of holding assets, incurring liabilities and undertaking activities economic activities and transactions with other entities. These are known as institutional units. The concept of public debt and fiscal policy became interesting as early as the 18th century, when the classics had observed an increase in public debt by increasing future taxes. In this article, the authors try to find the correlation between the public debt, the budget deficit and the fiscal policy of the state. The degree of correlation of these macroeconomic financial indicators can be very different, depending on several possible factors, such as the fiscal policy promoted by the state, the economic potential of the country and the ability of the Government to promote good management of public finances.

Cuvinte cheie : *datoria publică, politică fiscală, deficit bugetar, concept ricardian, concept tradițional, Produs Intern Brut, echilibru bugetar.*

Datoriile sunt surse de finanțare externe puse la dispoziția unei întreprinderi, fie obligatori și instituții de credit (datorii financiare), fie de furnizori (în general datorii din exploatare), fie de alți terți (datorii fiscale și sociale). Conform art.2 din Legea nr.419-XVI, datoria publică include datoria de stat, datoria Băncii Naționale a Moldovei, datoria unităților administrativ-teritoriale, a instituțiilor publice finanțate, integral sau parțial, de la bugetul de stat sau local, datoria ce rezultă din împrumuturile interne și externe ale societăților comerciale în care statul și/sau unitatea administrativ-teritorială (în continuare – UAT) deține mai mult de 50% din capitalul social și datoria întreprinderilor de stat și municipale. Datoria de stat este tratată ca totalitatea obligațiilor contractuale preconizate curente și scadente ale statului și dobânzilor datorate și neonorate, apărute din calitatea statului de debitor fiind contractate, în numele Republicii Moldova, de Guvern, prin intermediul Ministerului Finanțelor. Cea mai mare pondere în totalul datoriilor publice o deține datoria de stat, cca 96%, datoria BNM ocupă 3%, întreprinderile sectorului public dețin 0,5%, iar unitățile administrativ-teritoriale, cca 0,5%. La momentul actual Ponderea datoriei publice în Produsul Intern Brut al țării constituie cca 43%.

Datoria publică, poate fi analizată din punct de vedere a 2 concepte:

Tabel 1. Conceptul ricardian și tradițional

Conceptul ricardian În esență: Conceptul ricardian cu privire la influența poli- ticii bugetare asupra datoriei statului se bazează pe logica comportamentului consumatorului care ia în considerare interesele viitoare.	Conceptul tradițional În esență: Conceptul tradițional este cu precădere axat pe politica de impozitare a statului care poate influența proce- sul investițional, cu urmări nefaste asupra creșterii economiei.
1. Făcându-și griji pentru ziua de mâine, consumatorul înțelege că existența datoriei publice în prezent înseamnă majorarea impozitelor în viitor.	1. Micșorarea impozitelor stimulează creșterea cheltu- ielilor consumatorilor și duce la reducerea economiilor naționale. Reducerea economiilor duce la creșterea ratei dobânzii care va influența asupra micșorării investițiilor.
2. Reducerea impozitelor și finanțarea cheltuielilor pe contul creșterii datoriei de stat, nu reduce impozitele propriu-zise: ele, pur și simplu, se redistribuie în timp. Nu se majorează nici venitul constant al consumatorului, adică nici consumul.	2. Pe parcursul unei perioade scurte, creșterea cheltui- lilor de consum va duce la creșterea cererii la mărfuri și servicii și, astfel, la creșterea volumului de producție și a ocupării, însă se va mări și rata dobânzii (r) din cauza acu- tizării concurenței între investitori în legătură cu reducerea volumului de economii (S).
3. Principiul general constă în faptul că suma datoriei de stat este egală cu suma impozitelor viitoare și dacă con- sumatorul va ține cont de evoluția datoriei fiscale, atunci impozitele viitoare pentru el vor fi echivalente cu impozite- le curente	3. Ridicarea ratei dobânzii (r) va reține investițiile și va stimula fluxul de capital străin. Cursul valutei naționale față de valutele străine va crește, ceea ce va diminua com- petitivitatea firmelor autohtone pe piața mondială.
4. Prin urmare, finanțarea cheltuielilor guvernamentale pe contul datoriilor este similară finanțării pe contul im- pozitelor. Această concepție este cunoscută ca: <i>egalitatea ricardiană</i> , denumită astfel în cinstea ilustrului economist al secolului al XIX-lea David Ricardo, care primul a atras atenția asupra acestui argument teoretic.	4. În plan de lungă durată, diminuarea economiilor naționale (S), cauzată de reducerea impozitelor, va duce la micșorarea volumului acumulării capitalului și la creșterea datoriei externe. Volumul Produsului Național Brut se va reduce, iar cota parte a datoriei externe în acest produs va crește.
5. Concluzia din egalitatea ricardiană este următoarea: finanțarea reducerii impozitelor din contul datoriei nu schimbă consumul.	5. Este greu de estimat rezultatele finale ale influenței reducerii impozitelor asupra bunei stări economice a țării. Nivelul de viață al generației actuale se va îmbunătăți datorită creșterii veniturilor și creșterii ocupării, însă este posibil să crească concomitent inflația.

DATORIA PUBLICĂ ESTE CONSTITUITĂ DIN 2 COMPONENTE :

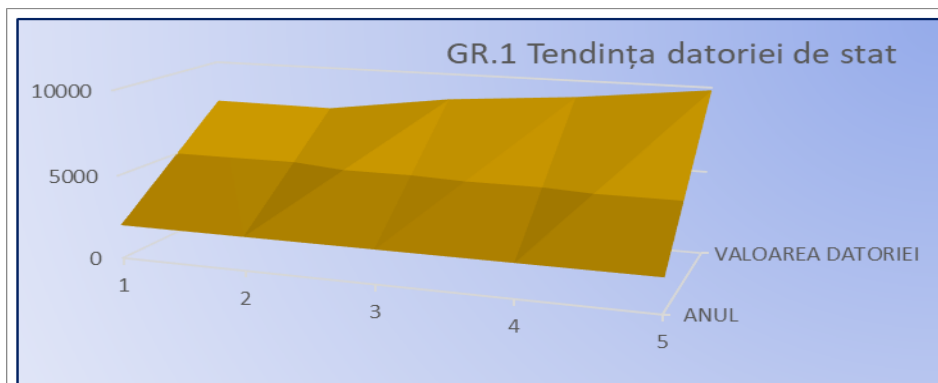
- ✓ DATORIA PUBLICĂ INTERNĂ, parte integrantă a datoriei de stat reprezentând totalul sumelor obligațiilor neonorate și dobânzilor datorate și neonorate, contractate, în numele Republicii Moldova, de Guvern, prin intermediul Ministerului Finanțelor, de la rezidenții Republicii Moldova. Valorile mobiliare de stat emise pentru a fi plasate pe piața internă a Republicii Moldova, care sînt procurate de către nerezidenți sînt atribuite datoriei de stat interne;
- ✓ DATORIA PUBLICĂ EXTERNĂ , parte integrantă a datoriei de stat reprezentînd totalul sumelor obligațiilor neonorate și dobânzilor datorate și neonorate, contractate, în numele Republicii Moldova, de Guvern, prin intermediul Ministerului Finanțelor, de la nerezidenții Republicii Moldova. Valorile mobiliare de stat emise pentru a fi plasate pe piețele financiare internaționale, care sînt procurate de rezidenți ai Republicii Moldova sînt atribuite datoriei de stat externe.

Cei mai importanți creditori multilaterali, care constituie sursa de finanțare în proporție de 80 % ai Republicii Moldova sunt: AID (cca 48%), FMI (cca 25%), BIRD(8%), FIDA(5%), BEI(3%); creditori bilaterali, ce reprezintă 19,3%, sunt: Guvernul Rusiei (45%, CCC (SUA) (15,8%), Guvernul Germaniei (8%), Guvernul SUA (7%), Guvernul Japoniei (6,8%), Guvernul României (5%), iar ceilalți dețin o pondere minoră.

Conform legislației Republicii Moldova în calitate de instrumente generatoare de datorii, se utilizează anumite instrumente financiare reglementate:

- împrumuturi (inclusiv leasing financiar),
- valori mobiliare,
- depozite,
- alocări de Drepturi Speciale de Tragere,
- garanții.

Cu părere de rău datoria publică este în continua creștere, iar mai jos poate fi observată tendința ultimilor ani:



OBLIGAȚIA DE A ONORA DATORIA DE STAT

- Datoria de stat este o datorie suverană și reprezintă obligația absolută a Republicii Moldova față de angajamentele sale, în conformitate cu contractele semnate.
- Deservirea datoriei de stat are prioritate față de alte obligații pecuniare din contul trezorerial și toate plățile aferente vor avea o alocare permanentă, care va continua pînă la achitarea deplină a datoriei de stat.

Garanțiile de stat interne și externe sînt emise în cazuri excepționale, și anume:

- a) pentru garantarea împrumuturilor interne sau externe destinate finanțării proiectelor investiționale care prezintă o importanță majoră pentru economia națională;

b) pentru împrumuturile menite achitării înainte de termen a împrumuturilor garantate anterior cu garanții de stat, cu condiția ca noile împrumuturi să aibă un cost financiar mai mic.

EXECUTAREA GARANȚIEI DE STAT. Dacă debitorul garantat nu-și îndeplinește obligațiile sale de plată conform contractului de împrumut încheiat cu creditorul și acesta din urmă a întreprins toate măsurile ca debitorul garantat să ramburseze datoria, creditorul are dreptul să prezinte Ministerului Finanțelor o cerere prin care să solicite executarea garanției de stat.

TRANSFORMAREA GARANȚIEI DE STAT ÎN DATORIE DE STAT. Suma solicitată și susceptibilă plății în temeiul garanției de stat devine datorie de stat din momentul în care creditorul înaintează o cerere de executare, conform prevederilor prezentei legi și ale contractului de garanție de stat încheiat, care duce la apariția obligației statului de a executa garanția de stat.

În scopul ținerii evidenței tuturor obligațiilor directe și condiționale ale Republicii Moldova, a împrumuturilor acordate din mijloacele obținute din împrumuturile de stat interne sau externe, Ministerul Finanțelor este unicul organ autorizat să instituie și să țină următoarele registre de stat:

a) Registrul de stat privind datoria de stat; b) Registrul de stat privind garanțiile de stat; c) Registrul de stat privind recreditarea de stat.

Datoria publică externă a Republicii Moldova este exagerată. Actualmente, datoria externă a sectorului public al Republicii Moldova nu este mare, comparativ cu alte țări din regiune și cu plafoanele recomandate de Fondul Monetar Internațional și Banca Mondială (plafoanele sunt variabile în dependență de calitatea politicilor și a instituțiilor țării). Din contra, datoria externă a sectorului public este mai mică decât nivelul pe care Republica Moldova ar putea să-l asume fără să periclitizeze sustenabilitatea macro-financiară și denotă accesul scăzut al țării la finanțarea externă.

Serviciul datoriei publice externe este foarte costisitor: Dobânzile pe care Republica Moldova le plătește organizațiilor financiare internaționale sunt stabilite de obicei în condiții concesionale și sunt joase (sau chiar negative, dacă luăm în considerație și inflația). Astfel, rata medie implicită a dobânzii la datoria publică externă a constituit, în ultimii ani, 1.2-1.6% anual, mai puțin decât rata medie de creștere economică (3-4% anual, cu excepția anului 2020), ceea ce înseamnă că posibilitățile noastre de deservire a datoriei publice externe cresc mai repede decât volumul deservirii. Sectorul public contribuie cel mai mult la datoria externă a Moldovei: E adevărat că datoria externă a sectorului public, pe parcursul ultimilor doi ani, a crescut cu un ritm mai accelerat decât datoria externă a sectorului privat, din cauza necesităților de finanțare mai mari legate de gestionarea crizei pandemice. Totuși, datoria externă a sectorului public reprezintă mai puțin de o treime (30% la 31.03.2022) din datoria externă totală a Republicii Moldova.

Concluzii: Analizând cele prezentate mai sus putem confirma cu certitudine că datoria de stat este principala sursă de finanțare a Republicii Moldova, fără de care nu ar fi posibilă dezvoltarea acesteia. Curtea de Conturi este instituția supremă de audit a Republicii Moldova, care exercită controlul asupra modului de formare, administrare și întrebuințare a resurselor financiare publice și a patrimoniului public prin realizarea auditului public extern în conformitate cu standardele internaționale ale instituțiilor supreme de audit, monitorizând ca valearea acestora să nu pună în pericol integritatea țării.

Referințe bibliografice:

[1].https://ro.wikipedia.org/wiki/Datoria_public%C4%83_a_Republicii_Moldova

[2].<https://www.mf.gov.md/sites/default/files/Program%202022-024%20ro.pdf><https://www.expert-grup.org/ro/biblioteca/item/2365-5-mituri-despre-datoria-extern%C4%83>

DIVERSIFICAREA CA METODĂ DE REDUCERE A RISCULUI

COSTOVA Natalia¹, grad didactic II, **MIRON Ana-Maria²**, **GRIGORIEV Anastasia³** gr.
CON-202

¹ Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,
Tel: +373 79 512 415, Email: costova.daria@mail.ru

² Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,
Tel: +373 79 988 499, Email: am.miron10@gmail.com

³ Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,
Tel: +373 60 634 889, Email: anastasia.grigoriev15@gmail.com

Abstract.

The article discusses the benefits, risks, and practical strategies of diversification, offering concrete examples and case studies to illustrate its effectiveness. It delves into the nuances of diversification as a strategy for finding a balance between avoiding potential risks and minimizing their impact on business activities and financial outcomes. Additionally, it provides recommendations and conclusions to inspire entrepreneurs and investors to apply diversification techniques for risk reduction and asset protection.

Cuvinte cheie: riscuri, diversificare, antreprenoriat, investiții, strategii.

În lumea complexă a afacerilor și investițiilor, riscul este o prezență constantă și inevitabilă. Cu toate acestea, nu trebuie să fim prizonierii temerilor provocate de incertitudine, în schimb, putem să ne folosim de diverse metode pentru a gestiona și reduce riscul. Fiecare antreprenor caută modalități să-și dezvolte afacerea și să-și sporească veniturile. Însă, în multe cazuri, piața pe care activează nu îi permite o creștere durabilă a afacerii și atunci apare idea de diversificare a business-ului. Asemenea situații apar frecvent în Republica Moldova, unde capacitatea de cumpărare a populației este foarte mică și respectiv majoritatea sectoarelor sunt prea mici pentru a oferi oportunități de dezvoltare companiilor autohtone. Prin urmare, fiecare antreprenor ar trebui să cunoască foarte bine subiectul diversificării pentru a aduce compania sa la un nivel mai înalt de dezvoltare sau pentru a proteja afacerea împotriva riscurilor mediului extern.

În contextul economic actual, gestionarea riscului reprezintă o componentă cheie pentru succesul oricărei afaceri sau investiții. Riscul poate apărea sub diverse forme, de la volatilitatea pieței la incertitudinea politică sau factori neprevăzuți precum pandemii. Gestiunea riscurilor reprezintă un set de metode, proceduri și măsuri esențiale pentru a evidenția, evalua și, la nevoie, cuantifica impactul factorilor asupra riscurilor, cu scopul de a minimiza pierderile sau de a maximiza profitul în cadrul unei întreprinderi. Evaluarea riscurilor este o etapă strâns legată de identificarea riscurilor pe domenii de activitate. Importanța acestei faze se datorează în primul rând faptului că eficiența întregului proces de gestionare a riscurilor depinde de o identificare corectă. Orice erori la această etapă pot compromite toate eforturile ulterioare și pot cauza pierderi semnificative. Este crucial să se identifice și să se clasifice cu precizie tipurile de riscuri cu care se confruntă sau se va confrunta întreprinderea. Această informație este esențială pentru a aplica ulterior metode adecvate de evaluare a riscurilor identificate. În lumea afacerilor, suprimarea totală a riscului poate aduce cu sine consecințe semnificative, inclusiv lezarea dreptului unei firme de a obține venituri suplimentare. Acest lucru se datorează faptului că situațiile riscante pot aduce nu doar pierderi și cheltuieli, ci și beneficii

neașteptate, mult mai mari decât cele prognozate. Astfel, atunci când o firmă decide să preia riscul antreprenorial, este important să țină cont de diverse aspecte.

Pentru a evalua și gestiona riscul în mod eficient, companiile trebuie să ia în considerare două tipuri de pierderi: pierderi calculabile și pierderi excepționale. **Pierderile calculabile** includ pierderile care pot fi ușor anticipate și estimate, precum defectarea utilajului, furturi minore sau greșeli comise de angajați. Deși aceste pierderi sunt considerate cheltuieli operaționale, ele sunt, totuși, parte a acțiunii riscului. Gestionarea corespunzătoare a acestor pierderi poate minimiza impactul negativ. **Pierderile excepționale**, pe de altă parte, sunt evenimente rare și severe, cum ar fi incendiile, inundațiile, cutremurele sau distrugerea mărfurilor. Aceste pierderi trebuie tratate separat și pot fi minimizate prin intermediul asigurărilor și a măsurilor de prevenire adecvate.

Una dintre cele mai puternice strategii pentru minimizarea riscului este însă, diversificarea. Diversificarea (eng. Diversification) – orientare strategică spre dezvoltarea diversificată a unui business. Termenul diversificare provine de la combinația de cuvinte latine : diversus – diferit și facere – a face. Diversificarea afacerii este unul din cele mai importante aspecte ale strategiei corporative. Această strategie implică raportarea eforturilor și a investițiilor capitale între diferite tipuri de activități legate reciproc. **Diversificarea de concentrare** constă în completarea sortimentului produselor sau serviciilor cu produse sau servicii omogene celor deja existente. Prin adăugarea de produse similare, firma poate reduce riscul asociat cu o singură sursă de venit. Această abordare oferă flexibilitate și oportunități pentru a câștiga din mai multe surse, reducând dependența de un singur produs sau serviciu. **Diversificarea pe orizontală** implică completarea sortimentului cu produse sau servicii neomogene celor deja fabricate, dar care au cerere pe piață. Această strategie permite firmelor să-și extindă activitățile în domenii noi și să minimizeze riscul legat de un singur sector de piață. Prin diversificarea pe orizontală, întreprinderea poate explora noi oportunități și să-și maximizeze potențialul de câștig.

Diversificarea afacerii este justificată în următorul caz: întreprinderea cu o singură direcție de activitate, vorbind la figurat, riscă să pună toate fructele (activele societății) într-un singur coș (sector, domeniu). Datorită saturației pieței sau a unor evenimente imprevizibile ale mediului extern, compania riscă să piardă perspectiva dezvoltării. Deseori, schimbările în nevoile consumatorilor, inovațiile tehnologice sau produsele de substituție reduc rentabilitatea unei companii cu un singur profil de activitate și pot duce la falimentul acesteia. Este suficient să ne amintim cum apariția camerelor digitale a afectat industria fotografiilor sau cum CD-urile au distrus piața casetelor audio, ca la urmă să fie și ele înlocuite cu dispozitive mai performante.

Nu există o „formulă” universală pentru a determina disponibilitatea companiei față de diversificare. Trebuie de analizat minuțios mai multe aspecte pentru a lua decizia corectă și/sau a nu comite erori, care de regulă sunt foarte costisitoare.

Condițiile pentru diversificarea afacerii s-au maturizat dacă s-au creat următoarele premise **negative**:

- întreprinderea activează pe o piață saturată;
- oportunitățile de dezvoltare a afacerii se epuizează;
- tendințele actuale duc către o contractare a pieței în viitor;
- se agravează situația concurențială din sector (numărul concurenților se mărește; concurenții obțin mai multe avantaje concurențiale; sunt mai frecvente cazurile de război de preț, apar produse de substituție, etc.);
- apar schimbări puternice în preferințele consumatorilor, care afectează vânzările companiei.

Condițiile pentru diversificarea afacerii s-au maturizat dacă apar următoarele oportunități și premise pozitive:

- există oportunități de îmbunătățire a produselor și serviciilor, oferite consumatorilor;
- posibilitatea întăririi poziției concurențiale a companiei de pe urma diversificării;
- există modalități de-a transfera ”know-how”, competențe, tehnologii, brand-uri puternice către alte afaceri;
- obținerea de pe urma diversificării a puterii de negociere cu clienții și partenerii de afaceri (distribuitori, furnizori, importatori, etc.);
- posibilități de utilizare a sinergiei (inclusiv pentru reducerea costurilor);
- compania dispune de toate resursele necesare diversificării.

În practică sunt utilizate următoarele **metode** ale diversificării:

- Cumpărarea unei companii existente sau fuzionarea cu o altă companie. Instrumentul este foarte răspândit pe piețele dezvoltate și mai puțin popular în Republica Moldova din următoarele cauze:
 - a) dificultăți în evaluarea companiilor autohtone,
 - b) lipsa transparenței în activitatea întreprinderilor autohtone,
 - c) piața de capital nedevelopată.
- La achiziționarea unei companii existente, apare adesea dilema: de-a plăti un preț mare pentru o companie puternică sau de-a plăti un preț mic pentru o companie neeficientă, ca ulterior să fie investite mijloace considerabile pentru a o revitaliza. Avantajul principal este penetrarea relativ ușoară pe o piață nouă.
- Crearea și dezvoltarea companiei-fiice de la „zero” (start-up intern). Este practicat pe larg în Republica Moldova, întrucât este mai ușor de realizat din punct de vedere practic în comparație cu cumpărarea unei companii existente.
- Crearea unei întreprinderi mixte. Se practică atunci când diversificarea este complexă, nefavorabilă din punct de vedere economic și cu un nivel sporit de risc. Unindu-și eforturile, competențele și resursele cu un eventual partener, compania își mărește șansele de-a reuși pe o piață nouă. Principalele neajunsuri sunt neînțelegerile și dezacordurile care pot apărea între parteneri în gestiunea companiei.
- Franchising-ul. Este o metodă atractivă de diversificare în sectoare independente, deoarece reduce mult riscul startup-ului. În cazul dat antreprenorul primește un model de business testat în practică, brandul, tehnologii și alte resurse, în schimbul unei plăți.
- Exportul. Extinderea pe o altă piață geografică este un instrument eficient de diversificare în sectoare conexe, atunci când întreprinderea dispune de un produs competitiv. Mai puțin relevant pentru business-ul din Republica Moldova este extinderea în sectoare independente prin această metodă ^[2].

Atunci când se ia decizia de a implementa diversificarea, managementul companiei trebuie să se decidă și asupra modelului diversificării - în sectoare conexe sau independente. Ambele modele au anumite avantaje și dezavantaje. Acestea sunt prezentate în Tabelul 1. *Avantajele și dezavantajele diversificării în sectoare conexe și independente.*

Tabelul 1. Avantajele și dezavantajele diversificării în sectoare conexe și independente:

	Diversificarea în sectoare și piețe conexe	Diversificarea în sectoare independente
Avantaje	• Oferă oportunități de dezvoltare a afacerii. • Mai multe posibilități de utilizare a sinergiei. • Sporește competitivitatea afacerii curente (obținerea avantajelor concurențiale). • Permite diminuarea costurilor. • Permite folosirea aptitudinilor și resurselor relevante afacerii actuale. • Obținerea puterii de negociere față de partenerii comerciali.	• Oferă oportunități de dezvoltare a afacerii. • Permite companiei să reziste un timp îndelungat împotriva crizelor economico-financiare. • Utilizarea eficientă a resurselor excedentare a companiei. • Permite direcționarea investițiilor către cele mai promițătoare sectoare, care nu depind de business-ul actual al companiei. • Diminuarea riscurilor de portofoliu.
Dezavantaje	• Expunerea afacerilor la crizele din sector și/sau crizele macroeconomice. • Sensibilitate sporită față de schimbările neprevăzute, care pot apărea în sector (schimbări în preferințele consumatorilor, inovații tehnologice, produse de substituție, înăsprirea concurenței)	• Necesită investiții considerabile, tehnologii, facilități, resurse materiale, etc. • Necesită „know-how”-uri și aptitudini care nu sunt relevante cu business-ul actual al companiei. • Nu oferă avantaje concurențiale afacerii actuale. • Este mai dificil de implementat în condițiile Republicii Moldova.

Diversificarea nu înseamnă evitarea riscului în totalitate, ci mai degrabă găsirea unui echilibru între evitarea riscurilor posibile și minimizarea impactului acestora asupra activității și rezultatelor financiare. Prin aplicarea metodei de diversificare, firmele pot să-și protejeze interesele, să maximizeze potențialul de câștig și să mențină stabilitatea în fața unor condiții economice schimbătoare. În Republica Moldova, diversificarea este o strategie folosită de numeroase companii pentru a reduce riscul și a-și extinde activitățile. Cea mai răspândită formă este diversificarea de concentrare, aplicată aproximativ de 80% dintre companii din țară. Companii precum Gura Căinarului, Ionel SA, Artima SA, Bucuria SA, companiile din domeniul asigurărilor, băncile comerciale, și asociațiile producătoare de produse lactate și mezeluri sunt doar câteva exemple de firme care au adoptat această strategie. Pe de altă parte, diversificarea pe orizontală este utilizată de un număr mai restrâns de companii, cum ar fi DAAC HERMES, Franzeluța SA, Elita 5, Le Gridge.

Concluzii.

Diversificarea reprezintă o metodă eficientă de reducere a riscului în mediul de afaceri. Prin echilibrarea atentă a activităților și a investițiilor în domenii diferite, firmele pot să-și protejeze interesele, să maximizeze potențialul de câștig și să mențină stabilitatea în fața schimbărilor economice. Această strategie oferă, de asemenea, o flexibilitate sporită și contribuie la creșterea capacității de adaptare a întreprinderii la provocările în schimbare ale mediului economic. Prin diversificare, afacerile pot să se adapteze mai ușor la mediul economic în evoluție și să asigure o stabilitate pe termen lung. În concluzie, diversificarea nu este doar o strategie pentru a evita riscul, ci o modalitate de a gestiona cu succes incertitudinea și de a profita de oportunitățile neașteptate.

Referințe bibliografice:

- [1] MUNTEAN N., BALANUȚĂ V., *Analiza și evaluarea riscurilor la nivel de întreprindere: aspecte teoretice și aplicative*, Chișinău, 2010.
- [2] <https://consultex.md/ru/blog/diversificarea-afacerii-intre-riscuri-si-beneficii.html>

METODE DE OPTIMIZARE A DECIZIILOR ÎN CONDIȚII DE RISC

COSTOVA Natalia¹ grad didactic II, **ANTOCI Tudorița²** gr. CON 204

¹ Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005, Republica Moldova, Tel: 079512415, E-mail: costova.daria@mail.ru

² Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005, Republica Moldova, Tel: 068742248, E-mail: antocitudorita30@gmail.com

Abstract

The referential framework of the given study presents methods for establishing a favorable position of the entity in terms of risk. In the present day, economic instability characterizes the sales market. Therefore, to achieve the desired outcome, it is necessary to make a proper decision. Risk is a possibility that every entrepreneur encounters. Whether it is the permanent game between supply and demand in the market, competition between economic agents, currency, or price fluctuations, an entrepreneur cannot control these factors. All he can do is come up with solutions so that he is not affected majorly. With the intention of preventing financial damage, it is essential to analyze all potential alternatives and determine the most advantageous one. In order to identify the most effective technique leading to economic benefits, we must undertake a comprehensive evaluation. It is indispensable to accurately identify the threats we face and ascertain the factors influencing them and strategies for improvement. Through the prism of the methods elucidated, it is substantial to focus on efficiently reducing risk and managing resources with little expense to lead to a favorable outcome.

Cuvinte-cheie: Riscuri, decizii, strategii, metode, optimizare.

Mediul de afaceri actual este marcat de fluctuații la nivel economic, astfel în mod constant întreprinderile mici și mijlocii se confruntă cu situații de risc care pot avea un impact major asupra dezvoltării și evoluției lor. În acest context, identificăm necesitatea alegerii unor metode adecvate de minimalizare a riscurilor pentru a crea condiții favorabile de dezvoltare a activității entităților. Conform academicianului Costin Ckirișescu și dr. Emilian M.Dobrescu, riscul este definit ca "examinarea în termeni probabilistici a posibilității de obținere a unor rezultate favorabile sau nefavorabile într-o afacere: eveniment viitor și probabil a cărei producere ar putea provoca anumite pierderi. Poate fi natural – cutremur, inundație, epidemie etc., social-politic – grevă, război, criză de guvern, schimbarea regimului politic; economic – fluctuațiile prețurilor sau fluctuațiile valutare, neplata unor mărfuri livrate". Un aspect esențial după îndeplinirea acestui evenimentului, este să evaluăm impactul său, respectiv să distingem dacă rezultatul este unul favorabil, negativ sau zero, iar din analiza acestuia să identificăm și ulterior să implementăm noi metode în vederea gestionării cât mai eficiente a riscurilor. Din momentul în care se constată că riscul a influențat negativ activitatea, întreprinderea poate să se confrunte cu daune semnificative, iar în cazuri extreme, poate duce nemijlocit la faliment. În vederea prevenirii acestei situații de risc este necesar să efectuăm o analiză minuțioasă cu privire la situația în care se află întreprinderea, să definim clar obiectivele sale, să planificăm modalități de atingere a acestora într-o perioadă de timp relativ scurtă și în mod cât mai rentabil, să anticipăm potențialele bariere și să dezvoltăm strategii pentru a le depăși sau minimiza impactul. Să fim prudenți în procesul luării deciziilor, să utilizăm competența profesională și responsabilitate maximă atât în ceea ce privește stabilirea variantelor posibile, evaluarea lor și alegerea celei mai avantajoase, cât și cu privire la consecințele acestora.

Decizia reprezintă actul de trecere de la gândire la acțiune. Prin aceasta se urmărește găsirea celor mai raționale căi de acțiune viitoare, care au ca scop asigurarea eficienței maxime a acțiunilor

conducerii și a activității desfășurate de entitate. Orice decizie adoptată trebuie să aibă o temeinică fundamentare științifică. Caracteristic deciziei este faptul că ea reprezintă, expresia unui act rațional, coerent formulat, pe baza interpretării unor informații ce se prelucrează în scopul alegerii unei alternative menită să conducă la realizarea obiectivelor prestabilite. Decizia constituie un element esențial al managementului fiind instrumentul său specific de exprimare cel mai important. Nivelul calitativ al conducerii unei unitati se manifesta cel mai bine prin deciziile elaborate si aplicate [1]. Procesul decizional poate fi realizat în condiții de certitudine, risc sau incertitudine. Se apreciază că există condiții de risc atunci când trebuie luată o decizie pe baza unor informații incomplete. Deși informațiile sunt incomplete, managerii au posibilitatea să calculeze probabilitățile evenimentelor, precum și ale rezultatelor și costurilor acestora, selectând apoi alternativa cea mai favorabilă. Probabilitățile pot fi determinate în mod obiectiv din date istorice, sau în mod subiectiv, pe baza experienței trecute sau a intuiției. Pentru raționalizarea deciziilor în condiții de risc, în practică, se pot utiliza mai multe metode, prezentate în Figura 1. Metode de raționalizare a deciziilor

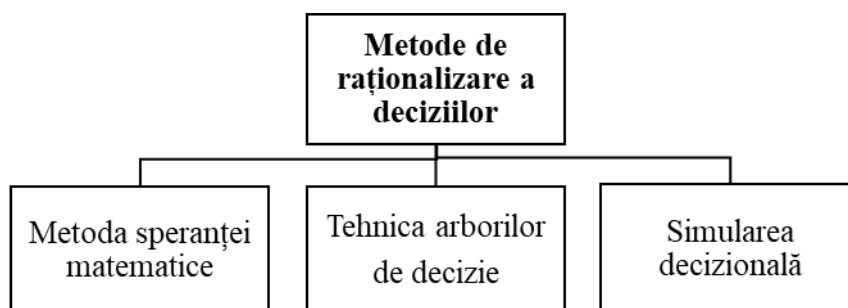


Figura 1. Metode de raționalizare a deciziilor

Metoda speranței matematice.

Metoda dată oferă o cale structurată de evaluare a riscurilor și beneficiilor într-un context complex și poate fi folosită pentru a ajuta la luarea de decizii informate și raționale în situații economice sau de afaceri cu mai multe variabile care pot influența rezultatele. În vederea determinării influenței unei anumite decizii prin utilizarea metodei speranței matematice utilizăm următoarele formule de calcul:

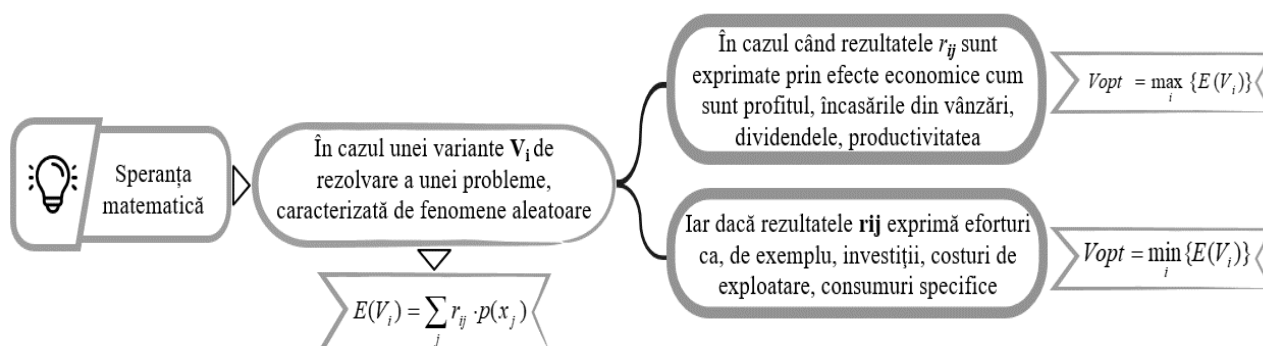


Figura 2. Formule de calcul utilizate pentru determinarea speranței matematice

Tehnica arborilor de decizie.

În condițiile unei situații decizionale complexe, în care momentele de decizie alternează cu momentele aleatoare, decidentul poate utiliza arborele decizional. Denumirea metodei provine de la asemănarea graficului prin care se detaliază situația decizională cu un arbore stilizat, de la stanga la dreapta. Aplicarea aceastei metode pentru situațiile complexe presupune parcurgerea mai multor etape:

1. Stabilirea momentelor aleatoare și a celor de decizie precum și a alternativelor existente;

2. Culegerea informațiilor referitoare la alternativele posibile;
3. Reprezentarea arborelui decizional și stabilirea probabilităților de manifestare a stării condițiilor obiective;
4. Calculul speranței matematice începând cu ultimele noduri decizionale și continuând până la nodul decizional inițial.

Luând în considerare că această tehnică este grafică și relativ simplă de implementat, metoda poate oferi o perspectivă mai clară asupra opțiunii optime. Cu toate acestea, trebuie să fim conștienți de faptul că datele utilizate în acest proces sunt adesea estimate și pot fi extrem de subiective.

Folosind această metodă, managerii au posibilitatea să proiecteze sub forma unei diagrame, un număr de evenimente viitoare ce pot afecta o decizie, determinându-se un set de valori privind rezultatul fiecărei decizii considerate [3]. Tehnica arborelui de decizie este prezentată în Figura 3. Rezolvarea grafică a metodei arborelui decizional

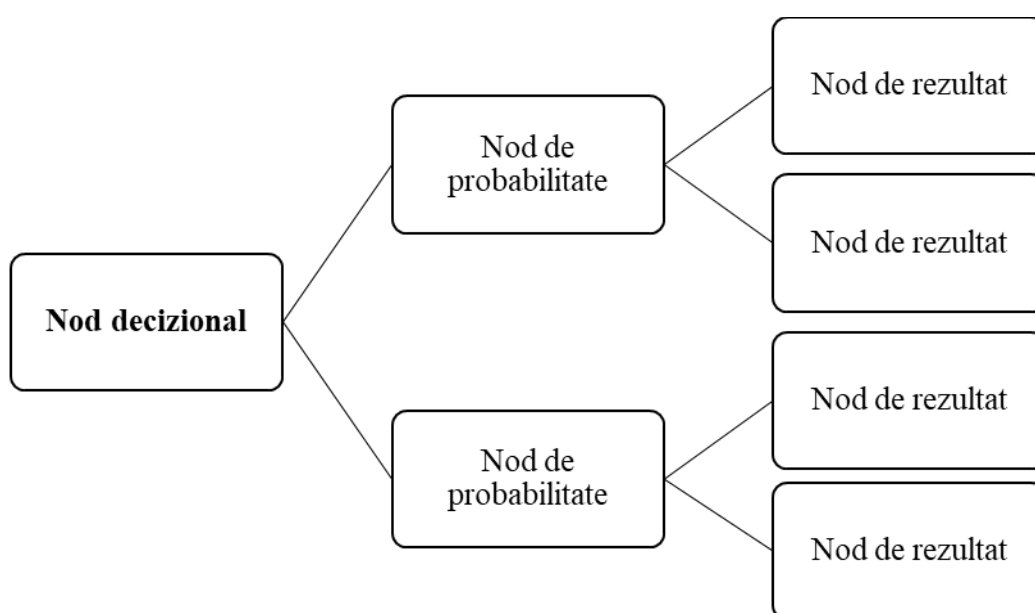


Figura 3. Rezolvarea grafică a metodei arborelui decizional

Metoda simulării.

Elaborarea și fundamentarea științifică a deciziilor prin metoda simulării presupune, pe lângă necesitatea măsurării fenomenelor și proceselor economice, și experimentarea ca formă de validare a unui model. Pentru a realiza o simulare este necesar să se îndeplinească anumite etape prezentate în Figura 4. Etapele metodei simulării

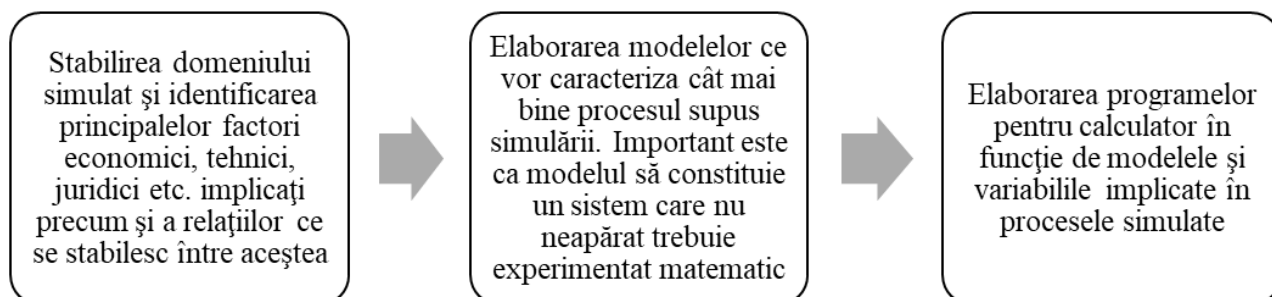


Figura 4. Etapele metodei simulării

Modelele de simulare permit comprimarea și/sau expandarea timpului și sunt asociate cu tehnici intuitive de vizualizare. Simularea nu garantează optimalitatea soluției și este văzută uneori ca o modalitate „pasivă” de evaluare a unui număr limitat de alternative propuse de utilizator, însăși poate fi eficace în unele faze ale proceselor decizionale.

În majoritatea cazurilor, în mediul real de afaceri adesea observăm faptul că antreprenorii tind să subestimeze impactul pe care îl poate avea riscul, prin urmare, multe afaceri nu rezistă mult pe piața bunurilor și serviciilor. În Republica Moldova observăm frecvent efectele negative generate de gestionarea greșită a riscurilor. Conform datelor propuse de Curtea de Conturi, în anul 2021 a fost înregistrată suma de 8,5 miliarde de lei care sunt obligații fiscale ale circa 2900 de contribuabili, aflați în procedura de insolvabilitate, procedura falimentului sau procedura simplificată a falimentului [2]. Prin urmare, observăm că din momentul în care riscul nu este administrat corespunzător poate perturba sau sista total activitatea prestată.

Concluzii.

Efectuând o analiză a informațiilor prezentate, putem afirma că procesul decizional exercită un rol esențial în funcționarea unei entități. Acest proces ne permite să anticipăm potențialele amenințări și să punem în practică strategii eficiente pentru a depăși sau minimiza impactul negativ generat de factorii interni, cum ar fi planificarea strategică a companiei, resursele disponibile și modalitățile de utilizare a acestora, precum și gradul de utilizare a tehnicilor de marketing. În acest context, este de o importanță majoră să selectăm cea mai adecvată metodă de luare a deciziilor, astfel încât să fie în concordanță cu specificul activității desfășurate, având capacitatea de a reflecta cât mai precis situația de risc și modul în care trebuie abordată.

Referințe bibliografice:

- [1] <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/820062/55.pdf>
- [2] https://www.ccrm.md/ro/firmele-in-faliment-din-moldova-au-restante-la-buget-82_92479.html
- [3] <https://www.stiucum.com/management/management-general/Procesul-decizional74125.php>
- [4] STIHI L., *Managementul riscurilor în afaceri*, Editura ASEM, Chișinău 2010, 222 p.

CONTRIBUȚIA START-UP-URILOR ÎN DEZVOLATREA ECONOMICĂ A REPUBLICII MOLDOVA

Craițman Liudmila¹, grad didactic unu, **Găvoaza Severian²**, gr. T-410

¹Instituția Publică Colegiul Politehnic din Bălți, str. I. Franco, 11, MD-3100, Republica Moldova, Tel: 068225571, Email: lcraitman1977@gmail.com

²Instituția Publică Colegiul Politehnic din Bălți, str. I. Franco, 11, MD-3100, Republica Moldova, Tel: 060359585, Email: severiangavoaza@gmail.com

Abstract: *Start-ups have a special role to play in promoting innovative technologies, job creation and economic development. In this article, the authors set out to explain the notion of start-up and to present the importance of supporting and creating these forms of enterprises for the application and development of creative innovative technologies in the Republic of Moldova.*

Cuvinte cheie: *start-up, inovații, antreprenoriat, întreprinderi, program de susținere, dezvoltare tehnologică..*

Pentru prima dată termenul de „start-up” a fost utilizat în ani `30-`40 ai secolului trecut în domeniul afacerilor și inițiativelor antreprenoriale. Inițial el a fost asociat cu companiile mici ce abea au început să se dezvolte, dar cu potențial de a schimba și tulbura industria. Un sens mai modern al start-up-ului se referă la companiile mici și inovatoare, în special în domeniul tehnologic, mai ales în ultimele decenii. Cu toate acestea, astăzi termenul de „start-up” se aplică la nivel global și se referă la organizațiile ce lansează un produs sau serviciu, pentru soluționarea unei probleme printr-o manieră inovativă din toate sectoarele economiei, începând de la prestarea serviciilor și terminând cu inovațiile tehnologice. În literatura științifică, prima definiție a unui start-up a apărut în 2014: un start-up este o organizație nou creată care dezvoltă noi produse și servicii într-un mediu de incertitudine extremă. Această definiție se concentrează pe noile produse și condiții necesare pentru a modela un start-up și a defini dezvoltarea și creșterea acestuia.

Dacă ar fi să vorbim despre perioada cât o companie poate fi numită „start-up”, nu sunt stabilite unele limite sigure. Paul Graham (șeful acceleratorului Y Combinator) spune următoarele: „O companie de cinci ani poate fi încă un start-up”. Astfel, conceptul de timp nu stabilește cu niciun fel momentul în care un start-up își pierde acest statut.

Ceea ce cu siguranță unește toate start-upurile între ele este așa numitul „ciclu de viață”, care este compus din cince etape principale, și anume: de inițiere, lansare, creștere, expansiune și de părăsire (închiderea sau vinderea afacerii).

În Republica Moldova numărul întreprinderilor înregistrate depășește numărul de 60 de mii, iar peste 99 la sută din ele sunt întreprinderi mici și mijlocii. De aici, ar apărea o întrebare: dacă pot fi ele toate considerate start-up-uri? Răspunsul ar fi evident, că nu.

Între un start-up și o afacere mică există o distincție clară: afacerile mici pot rămâne mici și aceasta este o perspectivă destul de bună. Nu există nici o problemă în a deține o afacere mică, iar mulți antreprenori mici nu primesc, adesea, recunoașterea pe care o merită. Este o realizare laudabilă să fii propriul tău șef și să creezi cu succes o sursă proprie de venit pentru tine și familia ta. Cu toate acestea, scopul unui start-up este diferit și nu se concentrează în principal pe auto-susținere, ci, urmărește creșterea și expansiunea. Un start-up se remarcă printr-un model de afaceri cu orientare agresivă spre extindere, având ca obiectiv dominarea pieței în cel mai scurt timp posibil și depășirea concurenței.

În momentul când start-up-ul reușește să dovedească eficacitatea soluției sale, vine etapa de a scala afacerea.

Orice companie, care vine din nou pe piață cu idei inovative ce au potențial, aduce o mulțime de beneficii statului, în special pentru o țară mică ca Republica Moldova, și anume:

- Start-up-urile sunt cunoscute pentru a fi generatori de locuri de muncă. Ele pot angaja tineri talentați și specializați în tehnologie, contribuind astfel la scăderea șomajului și la dezvoltarea resurselor umane.
- Start-up-urile sunt, de obicei, concentrate pe inovare și dezvoltarea tehnologică. Ele pot aduce tehnologii noi și soluții inovatoare în economie, ceea ce poate duce la o creștere generală a competitivității.
- Dacă start-up-urile reușesc să-și extindă afacerile, ele pot contribui semnificativ la creșterea economică. Prin atragerea de investiții locale, investițiilor străine și parteneriate internaționale, creșterea vânzărilor și extinderea activității, ele pot influența pozitiv PIB-ul țării.
- Start-up-urile pot contribui la dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial sănătos, care să faciliteze și să susțină inițiativele antreprenoriale în Republica Moldova iar succesul start-up-urilor poate avea un impact indirect asupra altor industrii și afaceri, ceea ce contribuie și mai mult la creșterea economică a țării. Acest lucru poate atrage mai mulți antreprenori, investitori și resurse în țară.
- Succesul start-up-urilor din Republica Moldova poate spori imaginea țării în ochii investitorilor străini și partenerilor comerciali. Acest lucru poate duce la mai multe oportunități de afaceri și investiții din străinătate.

Anume antreprenorii sunt cei care au curajul să adopte inovații și să-și aplice în mod inteligent ideile, în baza cărora construiesc afaceri cu impact local, regional sau internațional. Un exemplu relevant este Estonia – țară care a demonstrat în ultimii ani că susținerea startup-urilor în domeniul tehnologiei informațiilor și comunicațiilor poate îmbunătăți viața cetățenilor, dar și aduce o contribuție importantă la economia țării. Estonia s-a făcut renumită prin startup-uri precum Skype și TransferWise, iar aceste povești de succes i-au inspirat și pe alții să înființeze afaceri.

Analizând statistica oficială a întreprinderilor inovatoare, în țara noastră, observăm că numărul lor este în constantă scădere. Ceea ce este foarte îngrijorător pentru economie și societate în ansamblu.

Tabel 1. Întreprinderi inovatoare pe activități economice și clase de mărime, 2015-2020

Întreprinderi inovatoare înființate în Republica Moldova	2015-2016	2017-2018	2019-2020
Total întreprinderi inovatoare	673	605	448
Întreprinderi mici inovatoare	418	378	225
Întreprinderi mijlocii inovatoare	191	163	124
Întreprinderi mari inovatoare	64	64	59

Sursă: Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova

Cu scopul îmbunătățirii situației și, în special, în domeniul tehnologiilor informaționale, autoritățile Republicii Moldova au creat mai multe inițiative și programe de suport a start-upurilor. În 2021 a fost aprobat „Programului de susținere a inovațiilor digitale și startup-urilor tehnologice”, care presupune acordarea finanțării nerambursabile întreprinderilor mici și mijlocii inovatoare și start-upurilor pentru produse și servicii în domeniul tehnologiilor informaționale și comunicațiilor, tehnologii noi, în scopul stimulării cercetării și dezvoltării în domeniul tehnologiilor informaționale și comunicațiilor, prototipării și inovării în domeniul producției industriale durabile și al tehnologiilor ecologice.

Programul menționat sprijină dezvoltarea și promovarea pe piață în scopuri comerciale a produselor și serviciilor, acordând finanțare nerambursabilă pentru domenii prioritare, cum ar fi: tehnologii

informaționale și comunicații, media digitală, fabricație, agricultură, educație, sănătate, servicii financiare, industrii creative, e-comerț și reciclare.

În cadrul acestui program start-upurile tehnologice pot beneficia de finanțare nerambursabilă, sub formă de granturi, în limita de 80%, dar totuși nu mai mult de 500.000 de lei.

La momentul actual cea mai mare platformă care se ocupă cu dezvoltarea start-upurilor din țara noastră este Fundația „Startup Moldova”. Necesitatea creării fundației a reieșit din provocările și necesitățile identificate în domeniul tehnologiilor informaționale și comunicare (TIC): insuficiența angajaților calificați, cunoașterea superficială a mediului de reglementare și a cadrului legal, acces limitat la finanțare și expertiză pentru dezvoltarea ideilor, necesitatea mentoratului și a instruirilor etc. Acestea au fost identificate în baza interviurilor cu companiile tehnologice, părțile interesate din sector, precum și rezultatelor studiului efectuat de compania de consultanță PwC Moldova, la inițiativa Proiectului Tekwill, implementat de ATIC, susținut de USAID și SIDA.

Platforma Startup Moldova reprezintă un ecosistem pentru antreprenoriatul moldovenesc care contribuie la stimularea creșterii economice în Republica Moldova prin intermediul inovației, oferind locuri de muncă și încurajând adoptarea soluțiilor TIC și digitale. Iar la momentul actual această fundație oferă o mulțime de servicii tinerilor antreprenori precum:

- acordă suport în inițierea viitorilor fondatori în ecosistemul existent, face cunoștință cu tineri entuziaști și experți gata să împărtășească experiența și cunoștințele lor cu cei care sunt la început de cale.
- oferă suportul și informațiile necesare creșterii și dezvoltării unui startup: acces la finanțatori, mentori, resurse, consultanță și instruire, atunci când acestea sunt necesare și relevante pentru fiecare startup în parte.
- cu ajutorul Startup Moldova, mentorii din Moldova, dar și de peste hotare se conectează cu startup-urile locale, pentru a le oferi suport, îndrumare, conexiuni. Fiecare mentor poate contribui direct la susținerea fondatorilor de startup din Moldova.
- prin Startup Moldova, investitorii locali, dar și cei de peste hotare, se conectează la startup-urile locale și găsesc idei inovative cu potențial mare de creștere și scalare, pentru investiții.

Un exemplu de succes îl reprezintă start-up-ul Zeroqode, care a fost fondat în 2016 de către doi tineri, unul originar din Kazahstan și celălalt din Uzbekistan, care s-au întâlnit într-un spațiu de coworking din Chișinău. Ei au dezvoltat o platformă ce oferă o gamă variată de produse fără necesitatea codării, inclusiv șabloane, cursuri și servicii de dezvoltare. Utilizarea tehnologiei fără cod permite lansarea rapidă a unor noi aplicații, start-up-uri și produse, fără a necesita cunoștințe avansate de programare sau resurse tehnice semnificative.

Inițial, echipa a început cu doar trei membri și un portofoliu format din 20 de produse. Cu toate acestea, în mai puțin de doi ani, Zeroqode a devenit un lider internațional în domeniul dezvoltării web fără cod. Acești tineri antreprenori au ales să exploreze un domeniu neexplorat și să înceapă această aventură antreprenorială cu investiții minime.

Echipa Zeroqode a obținut o notorietate semnificativă atunci când a fost desemnată câștigătoare a votului "Wildcard" și recunoscută drept cel mai bun start-up al zilei în cadrul competiției TechCrunch Disrupt, organizată în 2017 la Berlin. Cu sprijinul proiectului Tekwill, participând la eveniment, echipa a reușit să iasă în evidență printre cele aproape 500 de start-up-uri participante și să câștige susținerea publicului, dovedind că merită interesul și atenția acestuia. Pe lângă acest succes, echipa Zeroqode a avut oportunitatea de a fi interviuată de platforma TechCrunch după câștigarea premiului "simpatia publicului". De asemenea, a stabilit colaborări cu mai multe companii interesate să-și externalizeze serviciile de dezvoltare a aplicațiilor web

și să le încredințeze start-up-ului din Moldova. De-a lungul timpului, au identificat și câțiva potențiali parteneri interesați să promoveze serviciile și produsele lor. Astăzi, acest proiect reprezintă o echipă formată din peste 60 profesioniști care lucrează cu clienți din întreaga lume.

Concluzii.

Într-o eră a tehnologiei și inovației, conceptul de start-up devine din ce în ce mai relevant și mai crucial pentru dezvoltarea economică și socială a Republicii Moldova. Fiind nu doar simple întreprinderi mici, start-upurile reprezintă motoare de inovație, de locuri de muncă și creștere economică. Cu toate acestea, în ciuda potențialului lor, în ultimii ani se observă scăderea numărului întreprinderilor inovatoare din Moldova, ceea ce necesită atenție și măsuri concrete din partea statului. Inițiativele guvernamentale și platforme precum Fundația "Startup Moldova", care susțin dezvoltarea start-up-urilor în țară, sunt binevenite și au impact pozitiv, oferind sprijin financiar și logistic pentru ideile inovatoare ale tinerilor antreprenori. Aceste inițiative pot juca un rol vital în inversarea tendinței de scădere a numărului de întreprinderi inovatoare.

Prin promovarea inovației, susținerea tinerilor antreprenori și crearea unui mediu propice pentru dezvoltarea start-up-urilor, Republica Moldova poate să-și maximizeze potențialul economic și să aducă beneficii semnificative pentru întreaga societate. Inovația și antreprenoriatul pot fi forțele care transformă viitorul țării noastre, deschizând uși către o economie mai puternică și o societate mai prosperă.

Referințe bibliografice:

- [1].RIES, Eric. Lean Startup Method and How to Adapt It to Your Small Business. Currency; Illustrated edition. 2011, 336 p. ISBN 978-0-3078878-9-4
- [2].https://statistica.gov.md/ro/statistic_indicator_details/22#data_bank
- [3].<https://moldova.md/ro/content/fost-creata-fundatia-startup-moldova-afla-mai-multe-despre-noua-entitate-planurile-de>
- [4].https://gov.md/sites/default/files/document/attachments/subiect-02_nu_820_mei_site.pdf
- [5].<https://bani.md/ce-este-un-start-up-definitie-caracteristici-si-etape-de-dezvoltare/>

ECONOMIA CONTEMPORANĂ ÎN VOCABULARUL LIMBII ROMÂNE

Alina CUJBĂ ¹ grad didactic unu, Beatrice POCRÎȘ ² gr. CON 2303G

¹ Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 069287772, Email: Alinacujba1972@gmail.com

² Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 078807767, Email: beatricepocris@gmail.com

Abstract. *In this article, is described by specialists a known and acknowledged reality and is easily observable by some speakers that languages evolve because the world evolves, as evidenced by the latest innovations in technology and science. The dynamics of the language is demonstrated by the avalanche of new words that have entered in the Romanian vocabulary in a short period of time, and the diversity of recent economic terms is the result of several factors working together and making their mark on the current lexicon. Economic terminology in Romanian has been shaped by a number of historical, cultural and linguistic influences. By constantly updating its vocabulary, Romanian can remain relevant and effective in the context of contemporary economic change.*

Cuvinte cheie: *limbă, dicționar, economie, terminologie economică, globalizare.*

Limba e un organism viu, un instrument al universalității, un principiu de coexistență, un set de legi nescrise. Evoluează, se adaptează, se restrânge, își schimbă culoarea și tonul după epocă. Odată cu lumea, se schimbă și ea, reflectând schimbările ce se produc în societate.

Limbile vii trebuie permanent să se pună de acord cu dezvoltarea vieții de toate zilele, cu ultimele inovații ale tehnicii și științei. Acest acord se realizează, în primul rând, prin intermediul vocabularului, sector unde raportul limbă /societate se manifestă cel mai direct și mai evident prin împrumutarea sau crearea în interior și cu mijloacele limbii respective de termeni noi. Astfel, vocabularul limbii române s-a îmbogățit cu 3600 de cuvinte care au fost introduse în ediția a treia a Dicționarului ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române. Acest dicționar reprezintă ediția revizuită și substanțial îmbogățită a DOOM 2, apărut în 2005. Ediția a treia a Dicționarului ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române, 2021, totalizează aproximativ 64.500 de cuvinte (3.600 sunt nou introduse). Această nouă ediție aduce mai multe modificări în limba română, care s-au produs pe fundalul unor spectaculoase transformări sociale, politice, economice, culturale etc., dar, în primul rând, tehnologice, ceea ce demonstrează că limba evoluează ca un organism viu, adaptându-se mereu la schimbările din societate. Astfel sunt introduse multe împrumuturi, destul de frecvente în uzul oral, în primul rând, dar și în cel scris, cu precădere în mass-media, care, se știe, este un vehicul perfect de răspândire a tot ce este nou în limbă. Cum era de așteptat, cele mai multe neologisme/împrumuturi sunt de origine engleză, cele care reflectă domenii precum tehnologiile informaționale: *delete, e-mail, audiobook, selfie, a updata, hacker, browser, etc.*, dar și alte segmente ce țin de aspectul social, **economic**, cultural: *bitcoin, hairstylist, low cost, brand, shopping center, showbusiness, voucher, take away, best of, fast-food, fresh, check-in, cache, Black Friday, hand-made etc.*

Este cunoscut faptul că limba, ca mijloc de comunicare între oameni, este permanent legată de societate și, de aceea, evoluează și se dezvoltă odată cu progresul societății. Relația strânsă care există între evoluția limbii și evoluția societății este oglindită, în primul rând, în lexic, care devine, pe zi ce trece, mai productiv, mai variat, mai subtil. Ca „barometru” al acestei puternice legături, vocabularul

actual își înnoiește și își mărește inventarul, recurgând la toate domeniile vieții sociale, politice, **economice** etc.

Terminologia economică în limba română a fost modelată de o serie de influențe istorice, culturale și lingvistice. Iată câteva dintre aceste influențe:

1. **Influența limbilor vecine:** Comerțul și interacțiunile cu țările vecine, precum cele vorbitoare de limbă slavă, au adus în limba română anumite cuvinte economice. Aceste influențe pot fi observate în termeni, precum: „*dobândă*” (influență slavă) sau „*profit*” (influență latină).
2. **Globalizarea:** În era globalizării, mulți termeni economice au fost împrumutați direct din limba engleză: „*manager*”, „*marketing*” sau „*brand*”.
3. **Educația și cercetarea economică:** Dezvoltarea studiilor economice și introducerea unor concepte noi în economie au dus la apariția unor termeni specializați, precum: „*externalitate*”, „*elasticitate*” sau „*macroeconomie*”.

Dinamica limbii, concretizată prin vitalitate și creativitate, este demonstrată de avalanșa de cuvinte noi care au pătruns în vocabularul românesc, într-o perioadă scurtă de timp, iar diversitatea termenilor economici recenți este rezultatul conlucrării mai multor factori care și-au pus amprenta în lexicul actual. Limba română include o serie de termeni economici utilizați în contextul afacerilor și finanțelor, dar și în viața de zi cu zi. Iată câțiva termeni importanți:

TERMENI ECONOMICI	Utilizare în discuții de zi cu zi
PIB (Produsul Intern Brut):	„Am auzit la știri că PIB-ul țării a crescut anul acesta, deci economia merge bine”.
Inflație:	„Prețurile la alimente par să crească constant. E inflație sau doar impresia mea?”
Buget:	„M-am uitat la bugetul familiei și cred că ar trebui să reducem cheltuielile pentru a economisi mai mult”.
Investiții:	„Mi-am pus economiile în niște acțiuni. Sper să fac câteva investiții bune pentru viitor”.
Curs de schimb:	„Am fost în străinătate și am observat: cursul de schimb valutar a scăzut, așa că am cumpărat mai multă valută locală”.
Monopol:	„Parcă nu avem opțiuni când vine vorba de furnizorul de internet - pare a fi un monopol”.
Cerere și Ofertă:	„Prețurile la apartamente au crescut pentru că cererea este mult mai mare decât oferta în orașul acesta”.
Profit:	„Am deschis o mică afacere și, în primul an, am înregistrat pierderi, dar sperăm să vedem profitul în curând”.
Accize:	„Am observat că prețul țigărilor a crescut din cauza accizelor mai mari impuse de guvern”.
Bursă de Valori:	„Azi dimineată, am vândut acțiunile pe care le aveam la bursa de valori pentru că piața părea nesigură”.

Acești termeni constituie doar o mică parte din vocabularul economic în limba română, dar oferă o imagine a diversității și complexității limbajului utilizat în domeniul economic și financiar, dar și uzual. Adaptarea limbii române la schimbările economice contemporane este crucială pentru a asigura o comunicare clară și eficientă într-un mediu economic din ce în ce mai complex. Iată câteva moduri în care limba română ar putea evolua pentru a reflecta schimbările economice contemporane:

1. **Împrumuturi și adaptări lingvistice:** Odată cu globalizarea, se pot integra mai multe cuvinte și expresii din limbi străine, în special engleza, pentru a descrie concepte economice specifice. Aceasta include termeni, precum: „*startup*”, „*blockchain*”, sau „*crowdfunding*”.

2. **Cuvinte noi pentru tehnologii emergente:** Schimbările tehnologice rapide necesită introducerea de cuvinte noi pentru a descrie noile tehnologii și concepte economice. De exemplu: „inteligenta artificială,” „criptomonede” sau „tehnologie cuantica.”
3. **Termeni specifici pentru economia digitală:** În contextul economiei digitale, unde tranzacțiile online, comerțul electronic și noile modele de afaceri devin tot mai frecvente, limbajul trebuie să includă termeni, precum: „platformă online” sau „economie colaborativă.”
4. **Expresii pentru sustenabilitate și mediu:** În lumina preocupărilor globale legate de mediu și sustenabilitate, limba română ar putea integra termeni, precum: „dezvoltare durabilă,” sau „economie circulară.”
5. **Actualizarea termenilor legislativi și financiari:** Odată cu modificările constante ale legislației și sistemelor financiare, este esențial ca limba să includă termeni actualizați și clari în domeniul legislației și finanțelor, cum ar fi: „audit fiscal” sau „criptomonede.”
6. **Incluziunea termenilor specifici pentru securitate cibernetică:** Într-o eră digitală, în care amenințările cibernetice sunt tot mai prezente, este important ca limba să includă termeni, precum: „securitate cibernetică,” „hacker,” sau „protecția datelor.”
6. **Adaptarea expresiilor pentru noile realități ale muncii:** Odată cu creșterea muncii la distanță și a altor schimbări în modul de muncă, pot apărea termeni, precum „telecommuting,” sau „freelancing” etc.

Adaptarea limbii române la schimbările economice contemporane este crucială pentru a asigura o comunicare clară și eficientă într-un mediu economic din ce în ce mai complex.

În concluzie, modificările efectuate în ediția nouă a DOOM reflectă o situație reală a dinamicii limbii, a uzului, în general. Într-un interviu acordat înainte de apariția dicționarului, Ioana Vintilă Rădulescu, coordonatoarea grupului de lucru asupra acestei ediții, menționa: „Eu cred că există șansa să vorbim și să scriem mai bine, dar numai dacă se schimbă măcar puțin condițiile actuale, adică dacă se îmbunătățește calitatea învățământului, implicit a profesorilor, și dacă se citește mai mult decât deloc” (Ofițeru 2021). Astfel, curiozitatea și dorința de a învăța, abordarea deschisă și continuă către educația economică poate contribui la dezvoltarea unei înțelegeri mai profunde și mai bine fundamentate a termenilor economici.

Prin actualizarea constantă a vocabularului, limba română poate rămâne relevantă și eficientă în contextul schimbărilor economice contemporane. Este esențială implicarea lingviștilor, economiștilor și altor specialiști în acest proces pentru a asigura precizia și coerența noilor termeni și expresii.

Referințe bibliografice:

- [1].Stoichițoiu Ichim A. Observații privind influența engleză în limbajul publicistic actual. Limbă și Literatură, Vol. II, București, 1996.
- [2].Caruntu-Caraman Livia. File din evoluția limbii române, Institutul de Filologie al AȘM https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/86-91.pdf,
- [3].MoleaViorica. Modificări în DOOM 3: câteva aspecte, https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/148-154_16.pdf
- [4].Borcoman Raisa, Cicală-Racu Arminia.Interacțiunea limbajului economic cu cel comun în procesul de predare-învățare a disciplinelor economice https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/61-66_21.pdf
- [5].Dicționar-financiar-bancar. <https://www.creditfix.ro/dictionar-financiar-bancar>

COMUNICAREA EFICIENTĂ - CHEIA SPRE SUCCESUL PROFESIONAL

Svetlana DARII ¹ grad didactic II, Corin GROZAVU ² gr. IPF 2105G

¹ Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chisinau, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37379550362; Email: svetlanadarii99@gmail.com

² Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chisinau, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37368985358; Email: corin.grozavu@gmail.com

Abstract

In this paper, the idea of effective communication and its impact in the business environment is described.

Communication remains a tool, the ability of which resides in the corresponding expression of both the correct message and the correctness of the way it is said. "Everything communicates" - this is the motto, which best reflects the impact that the phenomenon of communication has on human existence in the business environment. Another important aspect in this study refers to the communication barriers we face and how to reduce them. To communicate effectively is to be a successful part of the essential and indispensable component of human life and activity. This is present everywhere: in daily life, in organizations, in business, social life, EVERYWHERE!

Cuvinte cheie: *comunicarea eficientă, importanța comunicării, bariere ale comunicării, mediul afacerilor, dezvoltarea personală, particularități, elemente, proces de comunicare, comunicarea interpersonală.*

Istoria și evoluția studierii sistemului de comunicare interumană au cunoscut mai multe perioade principale. Conceptul de comunicare a fost abordat în timp, din multiple perspective, ceea ce a determinat o proliferare spectaculoasă a definițiilor. Cu toate acestea, termenul de comunicare provine din limba latină, de la cuvântul „communis”, care înseamnă „a fi în legătură” sau „a fi în relație”, dar și „a pune de acord”, „a pune în comun” sau „a împărtăși ceva celorlalți”. În lucrarea „Teorii ale comunicării de masă”, Melvin L. De Fleur și Sandra Ball-Rokeach au analizat principalele etape ale dezvoltării comunicării umane, considerând că fiecare dintre ele a avut „consecințe profunde asupra vieții sociale individuale și colective”[1]. În afaceri, mai mult ca oricând, comunicarea este importantă pentru atingerea scopurilor și rezultatelor profitabile.

Un om de afaceri sau manager poate avea formulate cele mai bune planuri de afaceri, să aibă cei mai pregătiți angajați, resursele necesare, dar, dacă nu va reuși să-și exprime eficient intențiile și strategiile, nu se va bucura de succes. Cei mai mulți dintre noi se concentrează rațional doar pe cuvinte, spuse sau scrise, însă conexiunea profundă între ființe implică, fără să fim neapărat conștienți, o colaborare între **limbajul trupului**, expresia feței, privire, tonul vocii, tăcere, absența unor replici, toate acestea contribuind la comunicarea menită să ne unească ca ființe raționale. Revenind la tematica în sine: „Comunicarea eficientă – cheia spre succesul profesional”, vom parcurge modelul procesului de comunicare pentru a-l percepe mai corect. Karl Buhler definește comunicarea drept „un proces prin care un emițător transmite informații receptorului prin intermediul unui canal, cu scopul de a produce asupra receptorului anumite efecte”[2]. Procesul comunicării poate fi definit și prin interacțiunea componentelor sale: roluri de emisie și de recepție, construcția mesajului, apariția feedbackului, canalul de comunicare și contextul comunicării. Indiferent de forma pe care o îmbracă, orice proces de comunicare are câteva elemente structurale caracteristice:

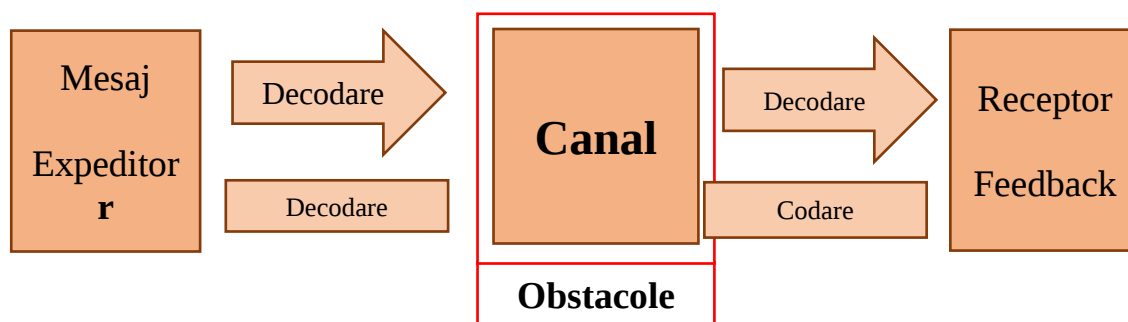


Figura 1. Modelul procesului de comunicare

Emițătorul și receptorul sunt partenerii comunicării (între ei se stabilește o anumită relație). Faptul că emițătorul și receptorul sunt prezentați în teoria comunicării împreună își găsește explicația în următorul aspect, și anume: dubla ipostază a comunicatorului. Ori de câte ori comunicăm, ne aflăm, simultan, atât în ipostaza de emițător, cât și în cea de destinatar (receptor) al mesajului, adesea recepționând unele mesaje în același timp în care emitem altele, acțiunea de codificare fiind complementară și simultană cu cea de decodificare. În timp ce vorbim, de exemplu, încercăm să descifrăm reacțiile pe care mesajul nostru le provoacă interlocutorului. *Mesajul* - este ceea ce se transmite în procesul comunicării, semnificația (informația, știrea, ideea, emoția, sentimentul etc.) expediată de emițător pe *canalul de comunicare*, primită și integrată (asimilată) de receptor, ar fi „drumul”, calea prin care este transportat și distribuit mesajul. Un punct de vedere interesant despre mesaj, ca unul din elementele importante ale comunicării, îl are cercetătorul Marshal McLuhan, în opinia căruia mesajul este media, deoarece „*media modelează și controlează dimensiunea și forma asocierii și acțiunii umane*”[3]. Vorbind despre *obstacole într-o comunicare eficientă*, facem referire la factorul de alterare a comunicării. El distorsionează mesajul și afectează media, împiedicând recepționarea mesajului de către destinatar în forma în care a fost expediată de emițător. Tot ce stă în cale, limitează sau blochează transferul de informații constituie bariere în comunicare. Cauzele barierelor în comunicare țin de percepția, emoțiile, încrederea și credibilitatea, dificultățile de receptare (ascultare), filtrajul, supraîncărcarea cu informații, locul și timpul (contextul comunicării), zgomotele și mediul selectat pentru a fi transmisă informația etc. Fiecare element al situației de comunicare poate fi responsabil pentru apariția barierelor în comunicare. În acest context, reamintim despre elementele situației de comunicare: în primul rând, prin faptul că abilitățile de comunicare verbală se află în topul celor mai căutate calități pe care angajatorii le solicită în general. Una dintre cele mai frecvent întâlnite și mai importante forme de comunicare este comunicarea interpersonală (comunicarea „de la om la om”, „față în față”, „între patru ochi”). *Comunicarea interpersonală* este un schimb de informații, impresii, trăiri și sentimente pe care oamenii le angajează oriunde și oricând sunt împreună. „*Cel mai frumos lucru în doi este faptul că oferă șansa de a descoperi, în maniera cea mai concretă și mai personalizată, atât afecțiunea, prietenia, intimitatea, alintul, mângâierea, gelozia sau confesiunea, cât și invidia, ura, vanitatea și multe alte trăiri, emoții și sentimente omenesti*”[4].

O astfel de modalitate de comunicare este vitală pentru cunoașterea propriei persoane, dar mai ales, pentru cunoașterea celorlalți, pentru influențarea comportamentului lor. Fără îndoială, persuadarea interlocutorului este unul dintre cele mai frecvente obiective ale comunicării interpersonale, dar nu neapărat cel mai important. Indiferent de industrie sau de domeniu, fie că este vorba de vânzări, relații cu publicul, sau orice alt domeniu, abilitățile de comunicare intră, la un moment dat în joc, iar angajatorii își doresc oameni care au cu adevărat capacitatea de a comunica eficient și posedă

cunoștințe esențiale ale tehnicilor de comunicare. Prin urmare, orice persoană care își dorește să avanseze în carieră, trebuie să își dezvolte aceste abilități pentru a comunica eficient. O persoană care stăpânește astfel de abilități este considerată o adevărată valoare în cadrul oricărei organizații, iar oportunitățile de creștere în carieră sunt mult mai mari. În al doilea rând, având cunoștințe esențiale în acest domeniu, orice manager sau antreprenor va beneficia de consecințele unei comunicări eficiente, care se manifestă prin:

- *Construirea unei echipe bune. Acest lucru necesită un lider care comunică cu fiecare individ în parte. Este nevoie de atenție personală acordată fiecărui membru al echipei, în așa fel, încât să existe înțelegere și productivitate maximă.*
- *Îmbunătățirea procesului de afaceri. Nici un proces nu este perfect și tot timpul există loc de îmbunătățire. Procesul de comunicare este direct conectat la funcțiile managementului. Cu cât canalele de comunicare sunt mai rapide și eficiente, cu atât managementul este mai eficient.*
- *Crearea climatului pozitiv. Comunicarea ține de cultura organizațională și aceasta ajută la consolidarea colectivului, la evitarea conflictelor sau soluționarea acestora benefic, la crearea unei imagini pozitive a întreprinderii în societate. [5]*

Este importantă și calitatea gândirii ce sugerează că comunicarea trebuie să aibă la bază un mesaj clar și ușor de înțeles. Acesta poate întruni aceste calități numai în situația în care gândurile celui care expune mesajul sunt la rândul lor clare și bine organizate. Uneori complexitatea gândurilor devine o barieră, mai ales dacă vorbitorul nu are timpul necesar pentru realizarea comunicării respective. Simplificarea gândurilor astfel încât acestea să devină ușor exprimabile se poate realiza prin:

- *clarificarea obiectivelor urmărite și organizarea adecvată a punctelor mesajului;*
- *investirea de timp și abordarea cu răbdare a comunicării propriu-zise;*
- *luarea în considerație a obiectivelor, intereselor și pozițiilor proprii, dar și pe cele ale interlocutorului.*

Un alt aspect important în succesul unei comunicări ar fi claritatea limbajului, care se bazează nu numai pe cunoașterea subiectului abordat sau pe deținerea unui vocabular bogat, dar și pe reprezentările gândirii vizionare care devin amprente ale realității tale viitoare. În activitatea de afaceri este preferată exprimarea simplă și directă. Pentru ca discursul vorbitorului să devină cât mai pertinent, trebuie să respecte următoarele reguli:

- *formularea ideilor trebuie să se realizeze în fraze scurte; lungimea optimă a frazei se consideră de a fi de maxim 22 cuvinte;*
- *precizia mesajelor comunicate este o altă calitate a stilului folosit în comunicarea de afaceri;*
- *precizia se realizează având la bază informații corecte și valoroase.*

Concluzii.

Tendențele mediului social s-au schimbat, tot mai mult preferăm să interlocuim cu o persoană poate mai puțin erudită, dar să ne uimim de calitatea mesajului transmis, care îi conturează profilul eficient. Așadar, comunicarea a fost și rămâne a fi asemenea unei undițe de pescuit, după cum nu putem purcede la pescuit fără undiță, exact așa și în amploarea ramurilor profesionale nu putem fără comunicare. Anume comunicarea joacă rolul crucial în construirea și menținerea relațiilor sociale. Prin intermediul ei, oamenii își dezvăluie autenticitatea și își construiesc conexiuni emoționale, familiale, colegiale și desigur, profesionale, iar capacitatea de a interpreta propriile concepte contribuie la o înțelegere mai profundă și la consolidarea legăturilor interpersonale. Trăim în

comunitate în virtutea lucrurilor pe care le avem în comun, iar comunicarea este modalitatea prin care ajungem să deținem în comun aceste lucruri.

Referințe bibliografice:

- [1]. CRAIA S, *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Măine, București, 2005, <https://ro.scribd.com/doc/52774347/Introducere-in-Teoria-Comunicării>
- [2]. DANCE Frank E.X, LARSON Carl E. *The Functions of Human Communication*, New York, 1976
- [3]. LESENCIUC A, *Teorii ale comunicării*, Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coandă, Brașov, 2017
- [4]. Ștefan Prutianu, *Manual de comunicare și negociere în afaceri*, Iași, Polirom, 2000, p. 34
- [5]. Rodica Perciun, *COMUNICAREA ÎN AFACERI*, Chișinău, 2021, p. 7-8

DEZVOLTAREA ECONOMIEI VERZI- OPORTUNITATE SAU NECESITATE?

BOȘCANEANU Nadejda, GANENCO Alexandra

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 68 323 399, Email: boscaneanu.nadejda@ase.md

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 79 607 370, Email: alexandraganenco437@gmail.com

Abstract.

The article analyzes the developmental course of the Republic of Moldova in the green economy field, highlighting significant modifications in the areas of renewable energy production and consumption from 1990 to the present day. The production of renewable energy tripled between 2018 and 2023, providing multiple benefits to both the environment and the country's economy, reducing consumption expenses, and leading to partial independence in the energy sector. This comprehensive review sheds light on Moldova's push towards sustainable energy and the pivotal role of energy efficiency, crucial for a greener and more sustainable economy.

Cuvinte cheie: *economie verde, resurselor regenerabile, dezvoltare durabilă, resurse energetice*

Situația climaterică din ultimele decenii a demonstrat necesitatea modificării modului de gândire și de acțiune în activitatea umană, fiind primordială abordarea din punct de vedere a sustenabilității resurselor de care dispunem și a stării mediului în care trăim. Modelul economic ce descrie această ideologie este economia verde, ceea ce reprezintă activitatea economică bazată pe conceptul dezvoltării durabile, utilizării resurselor naturale regenerabile, reducerea consumului de hidrocarburi, unul dintre obiectivele importante fiind protecția mediului. Pentru a garanta tranziția de la combustibilii fosili la resursele regenerabile, la 23 aprilie 2009, a fost inițiată Directiva privind energia din surse regenerabile a UE, (Directiva 2009/28/CE) [1] adoptată prin codecizie, care a impus un obiectiv crucial: până în 2020, 20% din consumul de energie al Uniunii Europene trebuia să provină din surse regenerabile. Așadar, pentru rezolvarea problemei poluării mediului și asigurarea unei dezvoltări durabile a Republicii Moldova prin Hotărârea de guvern nr. 160 din 21.02.2018 a fost aprobat Programul de promovare a economiei „verzi” în Republica Moldova pentru anii 2018-2020 [2] și Planul de acțiuni pentru implementarea acestuia care a determinat în perioada stabilită creșterea semnificativă a capacității de producere a energiei electrice din surse regenerabile. Conform cercetării “ENERGY PRODUCTION AND CONSUMPTION IN EASTERN PARTNERSHIP COUNTRIES” (fig.1) efectuat de Biroul Național de Statistică [3] consumul de energie a suferit modificări esențiale în structura resurselor consumate de-a lungul ultimelor trei decenii. Astfel consumul de energie a fost redus cu 72%, de la 9967 ktone la 2766 ktone. Din totalul energiei consumate ponderea resurselor fosile s-a diminuat, majorându-se considerabil ponderea resurselor regenerabile de la mai puțin de 1% în 1990, la 24,2 % în 2020.

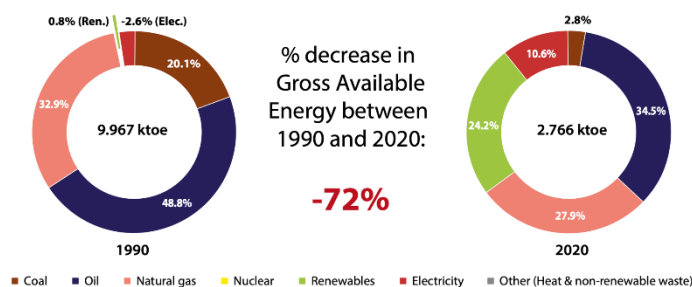


Figura 1. Energia disponibilă în Republica în 1990 și 2020: compoziție și tendințe (sursa BNS)

În pofida acestor îmbunătățiri considerabile țara noastră rămâne în continuare dependentă pe plan energetic de marii exportatori, fiind incapabilă să acopere necesarul energetic. Din totalul resurselor energetice consumate în Republica Moldova în anul 2020, 75% au fost importate și doar 25% din producție proprie și anume energie verde [3] (fig.2). Prin urmare utilizarea resursele fosile rămâne a avea o pondere substanțială în consumul entităților și menajelor, astfel definindu-se caracterul limitativ al capacității de dezvoltare al businessului. În acest context putem afirma că în mare parte dezvoltarea activității antreprenoriale și menajelor depinde de importul combustibililor fosili, ceea ce reprezintă un dezavantaj din punct de vedere al instabilității pe plan politic și economic privind capacitatea de asigurarea cu combustibil, a costurilor mărite și a daunelor aduse mediului prin degajarea carburilor în atmosferă în urma arderii combustibililor.

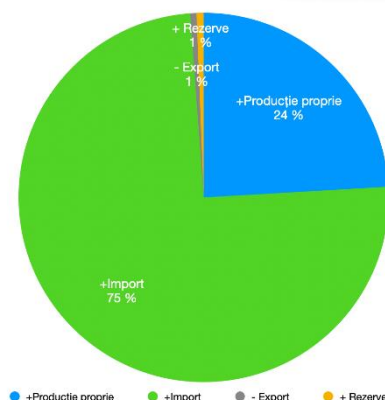


Figura 2. Balanța energetică a Republicii Moldova pentru anul 2020 (elaborată de autor în baza datelor BNS)

În urma implementării “Programul de promovare a economiei „verzi” în Republica Moldova pentru anii 2018-2020”[2] conform datelor Agenției pentru Eficiență Energetică [4], în perioada anilor 2018-2023 capacitățile instalate de producere a energiei electrice din surse precum centralele electrice fotovoltaice, eoliene, hidroelectrice și cele în cogenerare pe biogaz au crescut de trei ori. În ceea ce privește instalațiile fotovoltaice acestea au înregistrat o creștere semnificativă, ajungând de la 4,02 MW în 2018 la 60,13 MW în 2022. Capacitatea de producere a energiei eoliene a crescut de aproximativ trei ori, de la 35,6 MW în 2018 la 115,1 MW în 2022, iar cea din cogenerare pe biogaz a crescut de aproape 2,7 ori, de la 5,7 MW la 15,3 MW. La finalul anului 2022, capacitatea totală instalată a ajuns la 206,81 MW, comparativ cu 61,6 MW la sfârșitul anului 2018 (fig. 3). De asemenea, beneficiarii mecanismului de sprijin pentru contorizarea netă au crescut de la 57 în 2018 la 1886 la sfârșitul anului 2022, ceea ce accentuează impactul politicilor promovate de stat întru susținerea producerea energiei regenerabile și deschiderea populația în a trece de la consumul combustibililor fosili la energie verde.

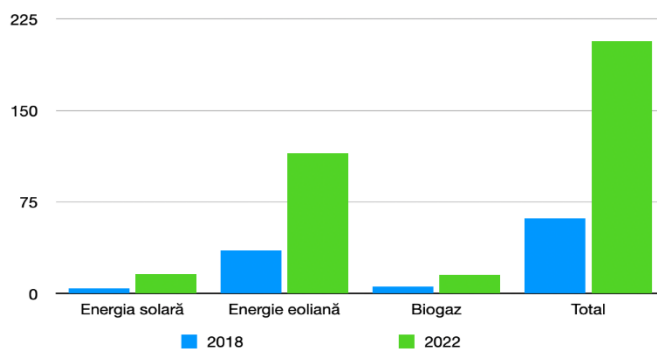


Figura 3. Producția de energie regenerabilă în MW 2018,2022 (elaborată de autor în baza datelor Agenției pentru Eficiență Energetică)

Conform studiului efectuat de Agenției pentru Eficiență Energetică [4], capacitate de energie regenerabilă instalată pe surse constituie: energia eoliană având o pondere de 58% (35,6 MW), urmată de hidro 26% (16,3 MW), biogazul - 9% (5,7 MW) și energia solară PV - 7% (4 MW) .

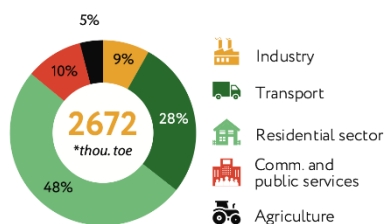
Potrivit Publicației „Generare de energie regenerabilă cu costuri competitive: potențial în Europa de Sud-Est”, efectuat în 2021 de Invest Moldova Agency [5], potențialul tehnic de producere al energiei din resurse regenerabile este de 5591 ktoe, ceea ce reprezintă de 2,5 ori mai mult decât consumul energetic total al Republicii Moldova în 2020.

Conform aceluiași studiu [5], capacitatea maximă de generare a energiei eoliene în Republica Moldova era estimată la 20,8 GW, capabilă să producă 50,2 TWh anual, adică de 12 ori mai mult decât consumul curent de energie electrică al țării.

În ceea ce privește producerea de energie solară, în Republica Moldova există 279-296 de zile însorite, oferind o durată de însorire între 1950 h/an în partea de nord și 2210 h/an în sud. Prin urmare, capacitatea maximă solară fotovoltaică din Moldova este estimată la 4,65 GW, capabilă să producă 6 TWh anual, adică de aproximativ 1,3 ori mai mult decât consumul de energie electrică al țării actuale.

Cât privește biogazul, acesta este în prezent unul dintre cei mai mari contributori la producerea de energie electrică din surse de energie regenerabilă. Chiar înainte de intrarea în vigoare a noii Legi a Energiei Regenerabile în 2018, 5 producători de biogaz au instalat o capacitate totală de 5,7 MW pe baza biogazului din gunoi de grajd animal (zotele), reziduuri agricole, reziduuri din industria zahărului (sfecă de zahăr) și deșeuri municipale solide (depozit). Potrivit Invest Moldova Agency, există o capacitate potențială de 134 MW pentru centralele electrice cu biogaz în Moldova, capabile să producă 805 GWh anual, ceea ce reprezintă aproximativ 18,3% din consumul de energie electrică al țării actuale.

Din totalul energiei consumate în 2019 [5], 52% a reprezentat consumul destinat transporturilor 28%, prestării serviciilor publice 10%, producției industriale 9%, producției agricole 5% și 48% consumul menajelor. Ponderea sporită a consumului energiei de către menaje demonstrează posibilitatea modificării într-un timp relativ scurt a indicatorilor de mediu, cauzat fiind de deschiderea spre inovare a populației și dorința de a îmbunătăți starea mediului înconjurător. Schimbarea însă poate începe de la fiecare dintre noi, prin utilizarea unor gesturi, cum ar fi utilizarea mijloacelor de transport în comun sau a bicicletelor, economisirea energiei electrice utilizate, implementarea sistemelor de producere a energiei regenerabile.



* tu. toe – mii de tone echivalent petrol

Figura 4. Consumatorii finali ai energiei Republicii Moldova în 2019 (elaborată de Invest Moldova Agency).

Concluzii.

Republica Moldova este extrem de vulnerabilă în fața efectelor schimbărilor climatice. Energia regenerabilă și eficiența energetică sunt direcții vitale pentru dezvoltarea durabilă a Republicii Moldova, având un impact semnificativ asupra mediului, dar și asupra viitorului energetic și economic al țării. Drept răspuns la aceste provocări, Republica Moldova poate intensifica eforturile de a reduce emisiile prin investiții în energia regenerabilă, eficientizarea energetică a infrastructurii, adoptarea practicilor sustenabile în agricultură, extinderea pădurilor. Scopul principal este de a reduce emisiile de gaze cu efect de seră provenite din activitățile economice conform reglementărilor naționale și internaționale, ceea ce este posibil prin producerea de energie electrică din surse regenerabile competitive din punct de vedere al costurilor și diminuarea importurilor și a cantității consumate de combustibili fosili. Dezvoltarea acestui domeniu crește posibilitățile economice ale țării și independența sa pe plan energetic.

Referințe bibliografice:

- [1] Site-ul Uniunii Europene <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/70/energia-din-surse-regenerabile>
- [2] Organizația pentru dezvoltarea antreprenoriatului, Publicația “Gradul de percepție de către IMM a principiilor economiei verzi”, 2018
<http://odimm.md/files/ro/pdf/rapoarte/Raport%20Economia%20Verde.pdf>
- [3] Biroul Național de Statistică, Publicația “ENERGY PRODUCTION AND CONSUMPTION IN EASTERN PARTNERSHIP COUNTRIES”, 2022 https://statistica.gov.md/ro/productia-si-o-consumul-de-energie-in-tarile-parteneriatului-estic-editia-2022-9668_60167.html
- [4] Portalul de știri “ECOPRESA” <https://ecopresa.md/capacitatile-de-producere-a-energiei-din-surse-regenerabile-au-crescut-de-trei-ori-in-ultimii-ani/>
- [5] Invest Moldova Agency, Publicația „Generare de energie regenerabilă cu costuri competitive: potențial în Europa de Sud-Est”, 2021
https://invest.gov.md/attached_files/2022/01/25//Renewable%20Energy%20Sector%202021%20small.pdf

REPUBLICA MOLDOVA ÎN PAS CU DIGITALIZAREA IMM

¹Oxana CRÎJANOVSCI, gr. didactic doi, ²Cătălina CIOB gr. PAA-2041

¹IP Colegiul de Medicină Veterinară și Economie Agrară din Brătușeni, r-ul Edineț, str. S.Lazo 88, MD-4617, Republica Moldova, tel. 069398533, e-mail: oxana.crijanovschi@gmail.com

²IP Colegiul de Medicină Veterinară și Economie Agrară din Brătușeni, r-ul Edineț, str. S.Lazo 88, MD-4617, Republica Moldova, tel. 060959957, e-mail: catalinasvedu@gmail.com

Abstract. *This article serves as a highlight of the importance of the digitalization of SMEs, as well as the objectives and strategies in this context. The development of the ecosystem of digital innovation and support of companies is included in the list of priorities of the Ministry in the field of SMEs to increase competitiveness and encourage the innovative spirit. The business environment will have more perspectives with the digitization of production processes, such as the flow of information and knowledge, the process of creating products, facilitating the connection with potential customers and access to new markets. The digital domain is changing rapidly and a broader real-time analysis of key indicators can provide a clearer view of the economy's progress over time.*

Cuvinte cheie: *economie, digitalizare, inovații, pandemie, transformare, eficiență, sustenabilitate, tehnologii.*

*„Inovația este instrumentul specific al antreprenoriatului. Actul care dă resurselor
sau nouă capacitate de a crea bogăție.” – Peter Drucker*

Într-o eră unde am trecut de la digitizare la digitalizare, e timpul să atingem următorul nivel profitând de beneficiile tehnologiei. Cea de a patra revoluție industrială în plină desfășurare a schimbat fundamental dezvoltarea la nivel global și a transformat societatea într-un ritm fără precedent. Pandemia de Covid-19, care a lăsat țările puternic dependente de utilizarea instrumentelor digitale și a datelor în timp util, au exacerbat situația și au subliniat și mai mult necesitatea transformării digitale a țării, pentru accelerarea dezvoltării economice bazate pe noile tehnologii. Era digitalizării înaintează cu pași rapizi, iar pandemia a schimbat transformarea digitală dintr-o prioritate într-un imperativ global. Trecerea către o capacitate tehnologică și integrare îmbunătățită prezintă o oportunitate de a construi un viitor mai bun și mai conectat în lumina „noii normalități”

Întreprinderile mici și mijlocii sunt inima unei economii: cu cât nivelul de dezvoltare și prosperitate al IMM-urilor este mai înalt, cu atât economia țării este mai puternică. Pentru a exista o digitalizare economică productivă, trebuie să existe un grad ridicat de conectivitate între fluxul de producție, consum și investiție. În acest mod, și costul de finanțare va fi mai mic. Procesul de digitalizare este unul de dată recentă, de aceea, următorii ani vor fi cruciali în ceea ce privește digitalizarea a Republicii Moldova și a IMM-urilor, aceasta fiind grăbită și de existența pandemiei de COVID-19. Unul dintre cele mai concludente exemple de utilitate și eficiență a digitalizării este în sectoarele economice și comerciale. Transformarea digitală este imperativă pentru toate organizațiile, de la întreprinderile mici la mari. De aceea, majoritatea întreprinderilor rămân competitive și relevante pe măsură ce lumea devine tot mai digitală.

Ce totuși presupune acest termen crucial?

- Digitalizarea reprezintă facilitarea sau îmbunătățirea proceselor prin utilizarea tehnologiilor digitale și a datelor digitizate, dezvoltând o cultură a utilizării tehnologiei informaționale în derularea afacerilor, transformarea proceselor de afaceri existente prin valorificarea tehnologiilor digitale, având ca rezultat oportunități de creștere a competitivității companiilor.

- Transformarea digitală – reprezintă integrarea tehnologiilor digitale în toate procesele unei afaceri, schimbând fundamental modul în care operează și oferă valoare către clienții săi.

Scopul modelării unui sistem economic digital modern în RM constă în crearea condițiilor favorabile pentru dezvoltarea tehnologiilor informaționale în societate, acest aspect îmbunătățind starea de digitalizare. Impactul asupra IMM-urilor este extrem de ridicat din cauza incapacității financiare a acestora de a se adapta la noile condiții de piață în timp util, și implementarea acțiunilor în domeniul comerțului electronic, proceselor de digitizare și digitalizare rezultate cu transformarea digitală, factori cheie pentru sustenabilitatea și competitivitatea IMM. Aportul IMM la PIB-ul Republicii Moldova este de aproximativ 50%, o contribuție ce este încă sub nivelul din Uniunea Europeană, care constituie 57,4%. Acest fapt demonstrează că sectorul dat este încă destul de slab, cu o productivitate sub nivelul mediei mondiale.

De la lansarea Instrumentului de susținere privind Digitalizarea IMM (2020) au fost susținute 277 de afaceri dintre care: 175 business vouchere în valoare totală circa 3,5 mil. lei și 103 Granturi în valoarea totală de circa 16,5 mil. Lei. În figura de mai jos sunt prezentate procentual structura articolelor acordate la componenta Grant:

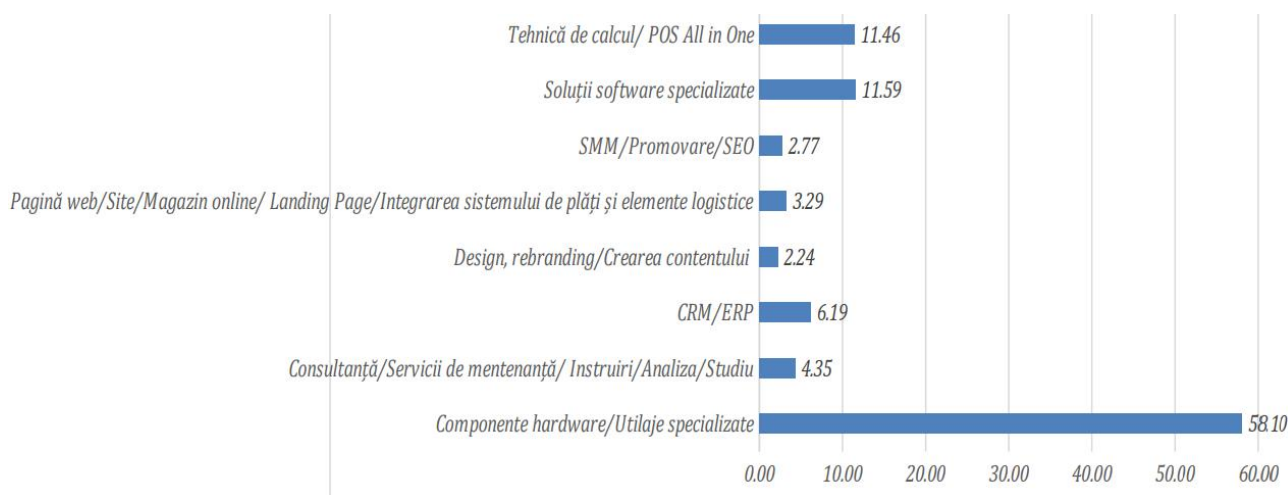


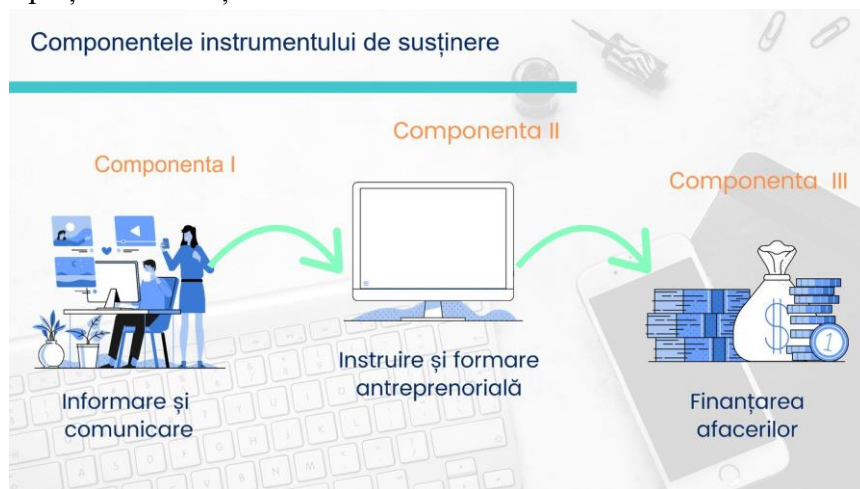
Figura 1. Distribuția pe categorii a articolelor oferite la grant %

Analiza dosarelor ne arată că, cele mai solicitate articole de investiție la Grant sunt componente hardware/utilaje specializate – cca. 65,73%, soluții software specializate - cca. 11%, CRM/ERP – cca. 6%.

De asemenea, sectorul întreprinderilor mici și mijlocii este unul de importanță strategică pentru economia națională. În anul 2019, acesta a reprezentat aproximativ 98,6% din numărul total de întreprinderi, generând 39,5% din veniturile din vânzări și angajând 61,6% din angajații sectorului privat. Cu toate acestea, mai puțin de 17% dintre IMM-uri au integrat cu succes tehnologiile digitale în activitatea lor, ceea ce scoate la iveală un potențial imens neexploarat și conturează o necesitate urgentă de transformare digitală în acest sector. Guvernul a pus în aplicare o gamă largă de proiecte pentru sprijinirea IMM-urilor, cum ar fi: Programul Gestiunea Eficientă a Afacerii, Programul „PARE 1+1”, Programul Femei în Afaceri, Start For Youth etc. În pofida tuturor acestor eforturi, multe bariere și provocări rămân a fi depășite.

Instrumentul de susținere privind digitalizarea IMM reprezintă un set de activități cu o abordare complexă, prin intermediul cărora se propune susținerea transferului tehnologic și dezvoltării digitale

a întreprinderilor mici și mijlocii pentru valorificarea potențialului inovativ, inclusiv și facilitarea accesului lor pe piețele interne și externe.



Digitalizarea este direcția care asigură atingerea unor **obiective strategice** în cadrul afacerii cel puțin din următoarele puncte de vedere:

- **Facilitarea inovației;**
- **Îmbunătățirea experienței utilizatorilor;**
- **Eliminarea complexității în rândul proceselor din cadrul companiei;**
- **Minimizarea riscurilor și a expunerii companiei.**

Într-o perspectivă medie, accentul se va pune pe câteva componente importante pentru digitalizarea economiei, susținute de cadrul normativ și de politici favorabil privind:

- industria IT locală și startup-urile tehnologice orientate spre piața internațională;
- infrastructură și servicii TIC competitive;
- eforturile de dezvoltare a infrastructurii pentru comerțul electronic (diversificarea pieței de servicii de plăți online);
- digitalizarea proceselor vamale la export;
- acces la platforme internaționale de comerț electronic.

Afacerile digitalizate au mai multe șanse să reziste și sunt mai eficiente în cheltuieli: arendă, servicii comunale, depozite și salarii. Dacă înainte, instrumentele de digitalizare a afacerii erau scumpe și greu de obținut, acum acestea devin tot mai accesibile pentru toți antreprenorii. Accesibilitatea este cuvântul care caracterizează acum digitalizarea afacerilor -80,7% dintre gospodăriile au asigurat accesul la internet, iar mai puțin de 17% dintre IMM-uri au integrat cu succes tehnologiile digitale în activitatea lor, fapt ce reprezintă un potențial neexploatat pentru IMM-urile din Republica Moldova, dar și o necesitate urgentă de adoptarea a practicilor de digitalizare modele de afaceri bazate pe creșterea conectivității și valorificarea potențialului inovativ. Toate sectoarele economiei trebuie să fie încurajate de a fi deschise procesului de digitalizare, în special cel agricol și cel al întreprinderilor mici și mijlocii (IMM), acestea fiind domenii-cheie pentru economia Republicii Moldova.

Recomandări la acest capitol:

- ✓ Efectuarea mai multor cercetări pentru identificarea barierelor cu care se confruntă companiile mici și mijlocii și dezvoltarea inițiativelor pentru a sprijini digitalizarea acestora.
- ✓ Adoptarea, încurajarea și dezvoltarea instrumentelor digitale pentru IMM-uri, precum și a altor sectoare importante ale economiei.

*CONFERINȚA ȘTIINȚIFICO-PRACTICĂ ONLINE PENTRU ELEVI ȘI CADRE DIDACTICE DIN
ÎNVĂȚĂMÂNTUL PROFESSIONAL TEHNIC 2023*

- ✓ Dezvoltarea inițiativelor care promovează crearea soluțiilor digitale, concursuri pentru start-up-uri și inițiative de tip living-lab, care ar spori vizibilitatea sectorului TIC și dezvoltarea sectorului economic per general.
- ✓ Generarea și dezvoltarea diferitor acțiuni concrete pentru sporirea încrederii populației în soluțiile digitale, care ar include consolidarea protecției consumatorilor și creșterea încrederii consumatorilor în sistemul e-commerce.

Concluzii.

Promovarea și suportul inovației digitale în sectorul real al economiei schimbă modul în care companiile își administrează procesele, integrând tehnologia digitală oriunde aceasta este posibil în cadrul companiei și în relațiile sale cu autoritățile, partenerii de afaceri și consumatorii. Creșterea nivelului de adopție a soluțiilor digitale în cadrul companiilor este acel instrument pe care se bazează ridicarea productivității și eficienței economice. Este necesară încurajarea dinamismului digital în mediul de afaceri prin măsuri de reglementare, stimulare monetară sau fiscală și informare. Plasarea acestui domeniu pe calea dezvoltării durabile este o provocare, însă este esențială pentru creșterea economică a țării.

Referințe bibliografice:

- [1]. <https://gov.md/sites/default/files/document/attachments/subiect-05-nu-300-mded-2023.pdf>
- [2]. <https://www.odimm.md/ro/digitalizarea>
- [3]. [file:///D:/WinUsers/EliteGroup/Downloads/tc-concept-std-final-ro-rev3-0...%2062c59120c13f5%20\(5\).pdf](file:///D:/WinUsers/EliteGroup/Downloads/tc-concept-std-final-ro-rev3-0...%2062c59120c13f5%20(5).pdf)

DIGITALIZAREA ANTREPRENORIATULUI-CHEIA SUCCESULUI ECONOMIC AL SECOLULUI XXI

¹Lașcu Tatiana, ²Surugiu Marina

¹Colegiul Internațional de Administrare și Business, str.Sarmizegetusa 48/8 mun.Chișinău Republica Moldova, Tel.: +37379688328, E-mail: tanyamesina@yahoo.com

²Colegiul Internațional de Administrare și Business, str.Sarmizegetusa 48/8 mun.Chișinău Republica Moldova, Tel.: +37367222430, E-mail: marinasurugiu2@gmail.com

Abstract

In this article the importance of digitization and technological development is reflected and transposed, what is the digitization process, what are the advantages and disadvantages of this process. For the 21st century, digitization is a process that almost all companies go through during development. The key to success is the ability to adapt to changes and implement new advancement technologies. Also, this article talks about the evolution of digitization over time and its progressive character.

Cuvinte cheie: antreprenoriat, digitalizare, inovație, tehnologie, succes

Un antreprenor este persoana care dorește să aducă la viață o idee de afacere, care ar putea schimba lumea. Antreprenorul este persoana care reușește să-și implementeze ideea într-o afacere de succes, care ar servi drept exemplu pentru tinerii antreprenori. Economia oricărei țări se ține în mare parte pe antreprenoriat și de aceea este foarte important să dezvoltăm acest domeniu la maxim și să obținem cât mai multe beneficii pentru economia națională.

Digitalizarea reprezintă dezvoltarea din punct de vedere tehnologic a diferitor domenii, inclusiv a celui economic și a celui antreprenorial și reprezintă un domeniu abordat intens atât în sfera politicilor publice și a economiei, cât și în mediul academic. Cu alte cuvinte reprezintă procesul prin care o afacere adoptă tehnologii digitale și integrate pentru a-și îmbunătăți eficiența și eficacitatea în activitățile zilnice. Aceasta poate fi aplicată în toate aspectele afacerii, inclusiv în marketing, vânzări, administrare, contabilitate, resurse umane și multe altele. Digitalizarea înseamnă o nouă descoperire revoluționară care a adus schimbări semnificative în societatea secolului XXI. A îndreptat sarcinile de zi cu zi într-o direcție pozitivă, a dat o nouă viață proceselor de muncă și a făcut afacerile mult mai productive. A devenit un element cheie erei noastre, care merge înainte fără oprire pe o cale pavată cu dezvoltări inovatoare. Digitalizarea lumii antreprenoriale nu se referă doar la o prezență pe internet, dar și la un proces continuu de transformare și evaluare, care influențează toate sectoarele și nivelurile unei întreprinderi. Pentru aceasta, este necesar ca antreprenorul să aibă inițiativă și capacitatea de a face față modificărilor tehnologice apărute pe piața virtuală și să meargă într-un pas cu acestea. În Republica Moldova cea mai mare parte a întreprinderilor sunt mici și mijlocii, dar tot mai multe astfel de întreprinderi, în timpul de față, trec prin procesul de digitalizare, care se referă nu doar la întreprinderile mari. În ultimii ani, tot mai multe întreprinderi primesc finanțare pentru digitalizare. Este important să înțelegem că progresul tehnologic reprezintă viitorul nostru și trebuie să ne adaptăm cu schimbările care au loc pentru a dobândi succes în secolul XXI. În zilele noastre, ca urmare a scăderii profiturilor, schimbărilor rapide de pe piață și așteptărilor tot mai înalte ale consumatorilor, companiile încep să ia în considerare diferite sisteme digitale, care s-au dovedit a fi extrem de eficiente în creșterea durabilității competitive a companiilor și a marjelor de profit. În fapt, cercetările arată că digitalizarea are potențialul de a crește rentabilitatea medie cu 38% până în 2035. Tehnologia

modernă stă în strânsă dependență și legătură cu accesul la date. Datorită creșterii constante a fluxului de date, sistemele de învățare automată, scăderea costurilor și inovațiile devin o realitate comercială, de ordinea zilei, iar practicile de digitalizare permit modele de afaceri total noi. Implementarea pe scară largă a soluțiilor digitale ar putea duce la o creștere a PIB-ului național cu până la 10% în acest interval de timp. Cu toate acestea, orice schimbare va fi confruntată cu provocări și dezavantaje, ambele urmând a fi luate în considerare în această secțiune. Pentru a introduce afacerea în digitalizare, este necesar să le analizăm pe acestea și apoi să stabilim un plan strategic de acțiune, avansare și promovare. Printre *avantaje* admitem:

- *Prezența online* este o modalitate rapidă de a ne face afacerea cunoscută pe rețelele de socializare, crescându-i vizibilitatea pe diferite site-uri, care pot fi accesate de potențialii clienți. Magazinele online, de asemenea, sunt o modalitate perfectă de a ne promova produsele sau serviciile prestate, întrucât clienții pot afla mai ușor despre afacerea noastră;
- *Acces rapid la clienți*. Astăzi, tot mai mulți utilizatori ale platformelor media preferă să facă comenzi online care sunt livrate direct la domiciliu, fapt ce economisește timpul(uneori chiar și sursele financiare)ale clienților. Acest fapt motivează mult clienții să utilizeze internetul ca sursă de informare și fiind online, putem interacționa mai facil cu ei, aflându-le părerile și cerând anumite sugestii referitor la perfecționarea produsului sau serviciului prestat;
- *O organizare mai bună*. Dacă până acum lucram cu diferite formulare și hârtii, acum acest proces este mai simplu, deoarece datele clienților pot fi transpuse în bazele de date, iar tabelele necesare, schemele, pot fi realizate în programe speciale. De asemenea, unii antreprenori folosesc sondajele online, unde clienții își pot expune opiniile și preferințele referitor la produs sau serviciu, pentru a organiza o activitate mai eficientă;
- *Procesele de muncă devin mai transparente și sunt mai ușor de urmărit cu diferite aplicații*;
- *Încurajarea inovației*. Inovația este mereu o mișcare înainte, un progres științific. Digitalizarea afacerii ar reprezenta un pas făcut spre utilizarea noilor tehnologii și dezvoltarea industriei;
- *Flexibilitate*. Digitalizarea poate permite ca un business să fie mai flexibil în raport cu modul în care își desfășoară activitățile, deoarece poate utiliza instrumente și tehnologii care nu sunt legate de un anumit spațiu geografic;
- *Se reduce timpul de administrare care permite parcurgerea rapidă a tranzacțiilor*;
- *Elaborarea unor decizii eficiente*. Digitalizarea antreprenoriatului sporește productivitatea și reduce unele costuri, cum ar fi resursele umane, în cazul în care decidem, spre exemplu, să înlocuim un specialist în promovare cu promovarea proprie a afacerii prin intermediul rețelelor sociale(dacă avem unele cunoștințe sau competențe în domeniu);
- *Comunicarea mai simplă cu partenerii și membrii de echipă*. Digitalizarea este o oportunitate în acest context, deoarece stabilește obiective și deschide canale noi de comunicare, care permit să găsim parteneri noi și să stabilim relații cu aceștia, dar și să luăm decizii în grup cu membrii de echipă, care sunt orientați spre un spațiu de lucru mai mult digitalizat, decât fizic;
- *Reduce cheltuielile de funcționare, generând astfel un venit mult mai ridicat*.
- Printre *provocări* pentru antreprenori admitem:
- *Menținerea pe piață și dezvoltarea pe termen mediu și lung*. Dat fiind faptul că pentru unii antreprenori din Republica Moldova acest domeniu este nou și puțin cunoscut, necompetența crește riscul de luare a deciziilor neraționale și poate fi mai dificil de a menține compania pe piața digitală;

- *Rezistența angajaților* la noile tehnologii este o provocare, deoarece pentru firmele cu tradiție aceasta poate fi o experiență mai complicată pentru început. De aceea, este necesară susținerea întregii organizații pentru a atinge obiectivele propuse;
- *Costuri inițiale ridicate*. Migrarea la tehnologia digitală poate fi costisitoare, în special pentru afacerile mici și mijlocii care nu au resurse financiare mari;
- *Nevoia de formare și instruire*: adoptarea tehnologiei digitale poate necesita o perioadă de instruire pentru angajați, ceea ce poate fi costisitor și poate fi nevoie de timp pentru a deveni operațional;
- *Dependența de tehnologie*. O afacere care se bazează în mare măsură pe tehnologie poate fi expusă la riscuri, precum problemele de securitate cibernetică, eșecurile de sistem sau problemele cu furnizorii de tehnologie.

Digitalizarea poate fi urmărită încă din antichitate, când tablitele de lut și ceară au fost înlocuite cu papirus, pergament și apoi cu hârtia în sensul actual. Acest lucru a permis înregistrarea manuală a informațiilor. Odată cu apariția tipăririi cărților a început duplicarea analogică. Mai târziu, odată cu inventarea mașinii mecanice de scris, literele, simbolurile și cifrele au fost trecute pe hârtie cu ajutorul unei benzi de cerneală prin apăsarea tastelor. După asta au urmat versiunile electrice și electronice. Digitalizarea se află în permanentă mișcare de evoluție și procesele de muncă umană se înlocuiesc treptat cu munca roboților sau a intelctului artificial pentru a reduce unele costuri sau chiar pentru a simplifica munca.(fig.1)

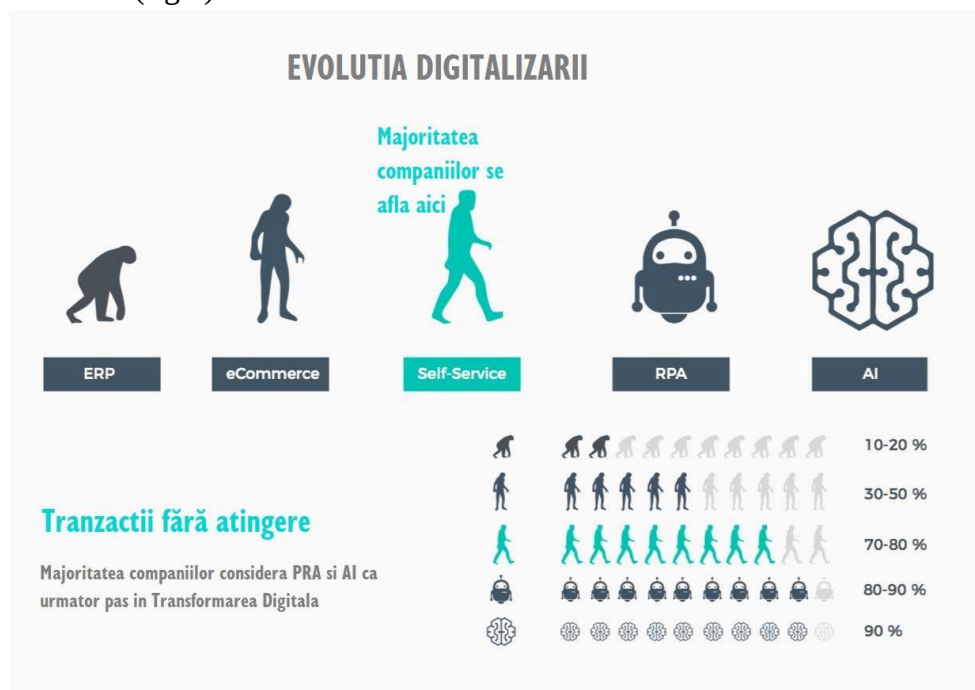


Figura 1. Evoluția digitalizării

Să ne imaginăm că o companie bancară, ca parte a procesului său de digitalizare, a decis să permită trimiterea prin poștă a extraselor de card de credit. Ei vor face acest lucru treptat, începând prin a percepe o sumă suplimentară pentru trimiterea documentului fizic. În acest fel, clienții sunt încurajați să primească informațiile doar prin e-mail. De-a lungul timpului, din ce în ce mai puțini clienți ai băncii ar trebui să fie dispuși să plătească pentru a primi extrasul pe hârtie.

Astăzi, există mai multe programe de finanțare a antreprenoriatului, care oferă noii generații posibilitatea de a fi într-un pas cu tehnologiile moderne, de a lansa start-upuri profitabile și o motivație pentru antreprenorii care deja se află pe piață de mai mult timp, dar care doresc să dea „o a doua viață”

afacerii sale, de a o face mai prosperă. Cu toții știm cât de importantă este o economie puternică și de aceea trebuie să contribuim la îmbunătățirea acesteia. În ultimii ani, antreprenoriatul în Moldova la fel a cunoscut o perioadă de digitalizare, care a adus cu sine profituri sporite și clienți mulțumiți. La noi în țară apogeul digitalizării a fost atins în perioada pandemiei, atunci când multe afaceri dădeau faliment și apăreau alte noi companii în domeniul online. Acest fapt ne dovedește că o companie poate fi salvată de criză doar printr-o activitate bine organizată și prin implementarea digitalizării, care neapărat vor duce la succes, în cazul în care se va depune efort.

Concluzii.

Digitalizarea reprezintă prezentul secolului XXI și viitorul în decurs de dezvoltare. Am ajuns la concluzia că digitalizarea sporește productivitatea și eficiența activității unei întreprinderi și putem admite că digitalizarea are mai multe avantaje decât dezavantaje, ceea ce reprezintă o oportunitate pentru dezvoltare și obținere de profit.

Referințe bibliografice:

- [1]. www.colorful.hr
- [2]. www.odtsystem.com
- [3]. www.bihon.ro
- [4]. www.definebusinessterms.com

FINANȚAREA START-UP-URILOR: SURSE ȘI STRATEGII

Cadrul didactic: Dumitraș Tatiana, Centrul de Excelență în Medicină și Farmacie „Raisa Pacalo” din Chișinău, 28 Nicolae Testemițanu str., MD-2020, Republica Moldova, Tel: 069528313, Email: ira927673@gmail.com

Eleva-Irina Pogudina, Centrul de Excelență în Medicină și Farmacie „Raisa Pacalo” din Chișinău, 28 Nicolae Testemițanu str., MD-2020, Republica Moldova, Tel: 069528313, Email: ira927673@gmail.com

Abstract

In the competitive world of startups, securing the right funding is a critical factor for success. This article delves into the various sources of funding and the strategies associated with them. The key sources covered are bootstrapping, angel investors, venture capital, crowdfunding, and debt financing, each with its unique benefits and challenges. Bootstrapping allows for complete control but can be limited by personal resources and involves personal financial risk. Angel investors bring both funding and expertise but may require giving up some control. Venture capital provides substantial funds and industry connections but results in a loss of control. Crowdfunding engages the community for support but necessitates dedicated campaign management. Debt financing can provide significant funds but involves repaying loans with interest. Entrepreneurs need to meticulously assess their business needs and potential risks to make informed decisions on funding sources. Often, a mix of funding sources is the most effective approach. It is essential to adapt financing strategies as the startup evolves. With a deep understanding of the advantages and disadvantages of each funding source, startups can successfully navigate the complex world of financing and achieve sustainable growth.

Cuvinte cheie: Finanțarea start-up-urilor, surse de finanțare, strategii de finanțare, investiții cu capital propriu, beneficii, provocări, control, creștere rapidă, comunitate, dobândă, rambursare, sustenabilitate.

În lumea antreprenoriatului, dezvoltarea unei idei inovatoare într-o afacere de succes presupune, în mod inevitabil, o finanțare adecvată. Start-up-urile se confruntă cu numeroase opțiuni de finanțare, fiecare cu beneficiile și provocările sale distincte [1, p. 4]. În acest articol, vom explora sursele de finanțare comune pentru start-up-uri și strategiile asociate acestora, pentru a vă ajuta să navigați cu succes în lumea finanțării. Start-up-ul, fiind un fenomen destul de discutat în lume, a fost studiat de mulți cercetători. Bill Gross este unul dintre ei. Fondatorul unui start-up studio Idealab din California a făcut o analiză complexă a tuturor start-up-urilor care s-au lansat la el ca să poată răspunde la întrebarea: De ce atât de multe start-up-uri eșuează, fiind cunoscut un procentaj de 90%. El a analizat cinci elemente esențiale care duc la succes: timpul, echipa, ideea, modelul de business și finanțarea. Rezultatele l-au șocat. Cea mai importantă s-a dovedit a fi sincronizarea. În 42% din cazuri a făcut diferența dintre succes și eșec. [3, p.206]. Fiindcă un startup are la dispoziție o multitudine de surse de finanțare, atât proprii, cât și externe, iată 5 modalități de finanțare:

Investiții cu capital propriu (Bootstrap)

Investițiile cu capital propriu reprezintă o modalitate de a finanța start-up-ul utilizând resurse personale, economii sau active. Această sursă de finanțare oferă întreprinzătorului control complet asupra afacerii și nu implică datorii externe. Cu toate acestea, această metodă poate fi limitată de resursele personale ale antreprenorului și poate pune o presiune financiară semnificativă asupra acestuia.

Beneficii:

- Control total asupra afacerii.
- Absența datoriei și a dobânzilor asociate.

Provocări:

- Limitări financiare personale.
- Riscul personal ridicat în caz de eșec.

Finanțarea angel (Investitori îngeri)

Investitorii îngerii sunt persoane fizice sau grupuri mici care oferă finanțare în schimbul unei părți din acțiunile sau a profitului start-up-ului. Acești investitori aduc, adesea, experiența și cunoștințele lor în afaceri pentru a susține dezvoltarea start-up-ului. Așa-numiții business angels sau angel investors pot constitui surse de finanțare importante pentru startupuri și afaceri noi, dar pe lângă bani aceștia pot aduce și know-how, relații, conexiuni, noi investitori, clienți [2]. Spre deosebire de o finanțare bancară, un business angel nu cere nici o garanție pentru investiția oferită. Mai mult, un business angel, câștigat ca partener, se implică personal în strategia afacerii, oferind din cunoștințele și contactele sale. În plus, e bine de știut că un business angel poate investi de la câteva mii până la câteva sute de mii de euro.

Beneficii:

- Finanțare suplimentară și expertiză.
- Oportunitatea de a stabili relații în industrie.

Provocări:

- Pierderea unei părți din controlul asupra afacerii.
- Găsirea investitorilor potriviți poate fi dificilă.

Finanțarea cu capital de risc (Venture Capital)

Firmele de capital de risc investesc sume semnificative de bani în schimbul unei participații semnificative în acțiunile start-up-ului. Această sursă de finanțare este potrivită pentru start-up-urile cu potențial de creștere rapidă și scalabilitate. Capitalul de risc este un instrument foarte eficient și atractiv folosit în finanțarea sectorului businessului mic. În acest articol, sunt evidențiate caracteristicile, tipurile, avantajele și dezavantajele acestei forme de finanțare a întreprinderilor mici și mijlocii. Totodată, se face apel și la experiența economică internațională din acest domeniu și se identifică barierele care împiedică extinderea acestei forme de finanțare în Republica Moldova. În încheiere, sunt formulate condițiile necesare pentru apariția acestei forme de finanțare și în economia națională. Noțiunea de capital de risc a fost „importată” în limbajul economic autohton din limba engleză, în care poartă denumirea de capital venture și presupune prezența în relația investitorului cu antreprenorul a elementului de „aventură” și risc. Făcând apel la experiența economică internațională, observăm că aceasta conturează capitalul de risc în calitate de una dintre cele mai avantajoase și eficiente forme de susținere a IMM-urilor, în special a celor aflate în etapa de intrare pe piață. Această sursă alternativă de finanțare a întreprinderilor businessului mic își are originea în Statele Unite ale Americii (SUA) de prin anii 50 ai secolului XX, după care capătă popularitate și se extinde și în țările europene.

Beneficii:

- Finanțare semnificativă și resurse pentru creștere rapidă.
- Acces la rețele extinse de contacte și experiență în afaceri.

Provocări:

- Pierderea controlului asupra deciziilor cheie.
- Presiune pentru obținerea profitului rapid și creștere rapidă.

Finanțarea crowdfunding

Prin intermediul platformelor de crowdfunding, antreprenorii pot obține finanțare de la o mulțime de investitori mici. Acest model implică implicarea comunității în dezvoltarea afacerii. În sens larg, prin crowdfunding se înțelege activitatea de obținere de la un număr mare de persoane a unor sume mici de bani pentru finanțarea unui proiect, de obicei, prin intermediul internetului. Finanțarea participativă poate oferi numeroase avantaje unui palet largi de utilizatori, ceea ce se explică, în parte, prin flexibilitatea sa, prin angajarea comunităților și prin varietatea formelor de finanțare pe care le poate oferi. Spre deosebire de alte modele precum donațiile sau recompensele, care nu

antrenează beneficii financiare pentru investitori, modelele de finanțare participativă bazate pe creditare sau investiții implică perspective de beneficii financiare. Prima categorie poate fi desemnată, în general, ca multisponsorizare, în timp ce a doua poate fi descrisă ca multicreditare sau multiinvestiții. Inițiatorii unei campanii de strângere a fondurilor pot fi IMM-uri, întreprinderi nou înființate, mici întreprinzători, întreprinzători sociali, persoane care desfășoară activități independente, sectoare culturale și creative, autorități publice, proiecte inovatoare sau proiecte de mediu, organisme de interes public, cercetători, consumatori sau șomeri.

Beneficii:

- Acces facil la finanțare și feedback din partea comunității.
- Păstrarea controlului asupra afacerii.

Provocări:

- Necesită timp și efort pentru a gestiona campania de crowdfunding.
- Riscul de a nu atinge obiectivul de finanțare.

Finanțarea prin împrumuturi (Debt Financing)

Împrumuturile de la bănci sau instituții financiare reprezintă o altă opțiune pentru finanțarea start-up-urilor. Această sursă de finanțare implică rambursarea împrumutului și plățirea dobânzilor. Creditele bancare sunt contractate pe perioade de timp stabilite prin contractul încheiat între instituția bancară și solicitant, pentru obiective bine precizate. Ele sunt generatoare de costuri sub forma dobânzilor și comisioanelor bancare ce pot fi achitate lunar, anual, la sfârșitul perioadei, respectiv în momentul contractării (comisioane și speze bancare).

Beneficii:

- Menținerea controlului asupra afacerii.
- Posibilitatea de a obține o sumă semnificativă de bani.

Provocări:

- Obligația de a rambursa împrumutul cu dobândă.
- Riscul de a acumula datorii substanțiale.

Concluzii. Finanțarea start-up-urilor este un element vital pentru succesul acestora, iar alegerea sursei potrivite de finanțare și a unei strategii corespunzătoare este de o importanță crucială. Fiecare opțiune de finanțare, de la investiții cu capital propriu și investitori îngeri până la capitalul de risc, crowdfunding și împrumuturi, vine cu avantaje și provocări distincte.

Pentru antreprenori, este esențial să evalueze cu atenție nevoile afacerii lor, potențialul de creștere și riscurile implicate pentru a alege sursa de finanțare potrivită. Adesea, combinația mai multor surse de finanțare poate fi cea mai eficientă cale. Adaptarea și revizuirea strategiilor de finanțare pe măsură ce afacerea evoluează sunt la fel de importante.

Prin înțelegerea profundă a beneficiilor și provocărilor fiecărei surse de finanțare, start-up-urile pot naviga cu succes în lumea finanțării și pot atinge obiectivele lor de dezvoltare și creștere pe termen lung.

Referințe bibliografice:

- [1]. Ghid pentru Start-up-uri https://cdn-cms.fstatic.com/uploads/290231/normal_595e5f2d7965c.pdf, (accesat 14.10.23).
- [2]. Introducere în finanțarea startup-urilor, <https://www.startupcafe.ro/intro.htm>, (accesat 12.10.23)
- [3]. Rolul și scopul start-up-ului în economie, https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/205-207_7.pdf, (accesat 14.10.23).

ANTREPRENORIAL ÎN ERA DIGITALĂ: COMERȚUL MEDICAL ONLINE

DUMITRAȘ Tatiana¹ BORDEIAN Vitalina²

¹Centrul de Excelență în Medicină și Farmacie „Raisa Pacalo”, 28 Nicolae Testemițanu str., MD-2025, Republica Moldova, Tel: 069413216, Email: taniadumitrash@gmail.com

²Centrul de Excelență în Medicină și Farmacie „Raisa Pacalo”, 28 Nicolae Testemițanu str., MD-2025, Republica Moldova, Tel: 069455668, Email: bordeian13@gmail.com

Abstract

In the century XXI, the contemporary world, creative young people with big dreams, who tend to develop in all fields. We live in the century where technologies and the Internet have become basic components in the lives of each of us, they are paramount in our daily lives. Due to them people, especially young people tend to develop in the digital age. The contemporary medical industry is also constantly developing and changing.

In recent years, digital technology has developed a lot, radically, thus it has greatly influenced the way we live, think and act. The industry that has evolved significantly is the field of medicine. Online commerce, which is also known as e-commerce, is the purchase and sale of products and services via the Internet. It has become one of the most important and constantly growing parts of the global economy. With the help of digital technology and the Internet, online commerce has transformed the way people can shop, purchase and run their own businesses.

Cuvinte cheie: comerț medical, tehnologie, achiziție, era digitală, servicii medicale, pacienți.

Comerțul medical online a devenit o realitate și a adus cu el oportunități semnificative pentru antreprenori să inoveze și să ofere soluții inovatoare pentru sănătate și bunăstare. Această transformare a revoluționat modul în care oamenii accesează și folosesc produsele și serviciile medicale. În cele ce urmează, vom explora cum antreprenorii pot să capitalizeze pe această tendință și să se implice cu succes în comerțul medical online.

Comerțul medical reprezintă sectorul din economie care se ocupă de vânzarea și furnizarea produselor și serviciilor legate de industria medicală, sănătate și asistență medicală. Acest tip de comerț este variat, cu dezvoltare continuă.

În ultimii ani, tehnologia digitală a transformat radical modul în care trăim și lucrăm. Una dintre industriile care a experimentat o schimbare semnificativă este și cea medicală. Comerțul medical online a devenit tot mai important și mai relevant în această eră digitală. În acest articol, vom explora tendințele și oportunitățile din acest domeniu și cum antreprenorii pot să profite de ele.

Aspecte specifice legate de digitalizarea în domeniul medical

Până la începutul anilor 2000, Uniunea Europeană (UE) a recunoscut că capacitatea sa de inovare era slabă în comparație cu concurenții și partenerii săi. Strategia de la Lisabona a evidențiat deja potențialele forumuri ale societății informaționale digitale pentru a promova îmbunătățiri de la nivel individual la nivel internațional. Ultimele decenii au marcat o implementare masivă a tehnologiilor digitale în întreaga sferă de asistență medicală. Strategia revizuită din 2005 a inclus în mod explicit investițiile în inovare ca domeniu de interes. În prezent, termenul de digitalizare definește absolut toate aspectele societății contemporane, inclusiv cel medical. Digitalizarea în domeniul medical reprezintă o dezvoltare nemărginită, care a adus o serie de beneficii și oportunități pentru antreprenorii din domeniul medical [3].

Comerțul medical online este în continuă dezvoltare, în prezent pacienții pot procura: medicamente, dispozitive medicale, suplimente alimentare și chiar să primească consultații medicale prin

intermediul internetului. Desigur că pacienții nu au acces la toate medicamentele, doar cele cu rețetă. Accesul la produsele și serviciile medicale reprezintă un avantaj pentru oameni, deoarece este mult mai practic, comod și disponibil.

1. Telemedicina presupune furnizarea serviciilor medicale la distanță prin intermediul tehnologiei, cum ar fi videoconferințele și consultările online. Telemedicina permite accesul mai simplist la servicii medicale, în special persoanelor din zonele rurale, evitând pierderea timpului.
2. Dosarul Medical Electronic și Registrul Electronic de Sănătate, care înlocuiesc dosarele pe hârtie. Acest sistem permite accesul mult mai rapid și ușor la datele personale ale pacienților, îmbunătățind coordonarea îngrijirii și reducând riscul de erori medicale.
3. Aplicații pentru Sănătate, sunt accesibile în toate telefoanele mobile. Sunt o mulțime de aplicații mobile și platforme online care permit pacienților să-și urmărească sănătatea, pașii, să-și monitorizeze simptomele și să primească recomandări privind îngrijirea medicală.

Tehnologiile digitale și inovațiile pot aduce un impact semnificativ în dezvoltarea sistemelor medicale și în modul în care sunt prestate și accesate serviciile de sănătate. Colaborarea între cei mai importanți actori din industria IT, medicină și sectorul privat este esențială în accelerarea procesului de digitalizare și în ameliorarea și soluționarea provocărilor stringente din sistem [4].

În cele ce urmează indicăm care sunt beneficiile digitalizării în medicină:

- Acces îmbunătățit la servicii medicale.
- Reducerea erorilor medicale și îmbunătățirea siguranței pacienților.
- Eficiență crescută în gestionarea datelor și a proceselor medicale.
- Personalizarea îngrijirii medicale.
- Progrese în cercetarea medicală și dezvoltarea de tratamente noi.
- Provocări ale Digitalizării în Medicină
- Protecția datelor medicale și securitatea cibernetică.
- Accesibilitatea la tehnologie pentru toți pacienții.

Printre tendințele comerțului online se remarcă:

1. Farmacii online: Farmaciile online au devenit din ce în ce mai populare. Acestea permit pacienților să comande medicamente și produse medicale de la confortul propriilor case și să le primească prin curier. Aceste platforme respectă confidențialitatea fiecăruia. Pe lângă acestea pot cu ușurință urmări preparatele care sunt disponibile și care nu sunt.
2. Platforme de consultații medicale online: Antreprenorii pot dezvolta o gamă de platforme care conectează pacienții cu medici online pentru consultații și sfaturi medicale. Aceasta poate fi o modalitate eficientă pentru oameni de a primi îngrijire medicală de calitate, la domiciliu, fără a fi nevoiți să se deplaseze la o clinică fizică.
3. Piața de suplimente alimentare: Vânzarea de suplimente alimentare online a crescut semnificativ în ultimii ani. Antreprenorii pot să dezvolte magazine online specializate în aceste produse și să ofere informații detaliate despre beneficiile și utilizările lor.

Avantajele comerțului online includ o multitudine de aspecte care vin să ofere accesibilitate, diversitate de produse, compararea facială a prețurilor, livrare la domiciliu, personalizare și recomandări.

Accesibilitate 24/7: magazinul online este deschis non-stop, ceea ce permite clienților să facă cumpărături în orice moment, indiferent de fusul orar.

Diversitate de Produse: comerțul online oferă o gamă largă de produse și servicii, inclusiv cele disponibile la nivel global.

Comparare Facilă a Prețurilor: cumpărătorii pot compara prețurile și caracteristicile produselor rapid și ușor, ajutându-i să facă alegeri informate.

Livrare la Domiciliu: mulți comercianți online oferă servicii de livrare la domiciliu, ceea ce face ca procesul de cumpărare să fie foarte comod.

Personalizare și Recomandări: algoritmi de recomandare permit personalizarea experienței de cumpărare, sugerând produse similare sau relevante.

Exemple de bune practici

Un exemplu de bune practici îl găsim în Fosta Republică Iugoslavă a Macedoniei. Aceasta a reușit un progres remarcabil în Index, de la un an la altul, prin implementarea la nivel național a unui sistem electronic de programări, care a redus considerabil timpul de așteptare pentru pacienți. HCI apreciază că acest sistem merită să fie studiat și preluat de alte țări, datorită rezultatelor sale spectaculoase. Sistemul implementat de Macedonia permite pacienților să se programeze, din cabinetul medicului, pentru procedura medicală de care au nevoie oriunde în țară. Acest lucru devine deosebit de util dacă un pacient necesită proceduri medicale care presupun tehnologie specială, disponibilă doar în anumite spitale. În acest caz, medicul care face trimiterea poate vedea calendarul de programări pentru respectiva procedură / aparatură oriunde în țară și poate găsi în numai câteva minute o unitate unde poate programa pacientul în termen mai scurt. Timpul de așteptare pentru investigații și intervenții se scurtează așadar considerabil și se evită supraaglomerarea anumitor centre, în timp ce altele ar rămâne sub-utilizate [3]. Așadar, accesul la conexiunea de internet și implementarea instrumentelor digitale nu sunt suficiente, sunt doar un prim pas în drumul spre societatea digitală. Mutarea rapidă a activităților în online aduce după sine o nevoie la fel de rapidă de dezvoltare a competențelor și modifică cererea pe piața muncii. În multe dintre domeniile afectate de pandemie activitățile se vor desfășura diferit, iar digitalizarea și automatizarea vor căpăta tot mai mult teren. Presiunea costurilor în această perioadă de criză va grăbi mult acest proces. Companiile vor investi tot mai mult în digitalizare, iar angajații vor fi obligați să se reinventeze, să asimileze sau să-și îmbunătățească abilitățile digitale, să se familiarizeze cu noile instrumente de comunicare [1].

De exemplu, în cadrul Strategiei Naționale de Dezvoltare a Moldovei 2030, se descrie viziunea și tendințele majore în dezvoltarea Republicii Moldova pe termen lung, se prezintă obiectivele strategice ce reflectă elementele ce influențează calitatea vieții pentru toți oamenii și principiile de implementare a documentelor de politici sectoriale. Astfel, domeniile și prioritățile care oglindesc aspectele menționate sunt: Domeniul educației, cercetării și inovării (prioritatea „Educație relevantă și de calitate pe tot parcursul vieții”); \ Domeniul infrastructurii și dezvoltării regionale și regionale (prioritatea „Asigurarea condițiilor de trai decente pentru toți”, „Creșterea veniturilor din surse durabile”) [2].

Concluzie:

Comerțul medical online reprezintă o oportunitate semnificativă pentru antreprenori în era digitală. Cu tehnologia în continuă evoluție și cerințele tot mai mari ale consumatorilor pentru acces la servicii medicale și produse de calitate, acest domeniu are potențialul de a crește și de a evolua în mod constant. Cu toate acestea, este esențial ca antreprenorii să fie conștienți de reglementările și cerințele specifice din domeniul medical pentru a avea succes în această industrie în continuă schimbare. Comerțul online a revoluționat modul în care oamenii fac cumpărături și desfășoară afaceri. Cu toate provocările sale, acest domeniu oferă numeroase oportunități pentru antreprenori și a devenit o parte

esențială a economiei globale. Pe măsură ce tehnologia continuă să avanseze, se așteaptă ca comerțul online să rămână un motor puternic de creștere în viitor.

Referințe bibliografice:

- [1]. Adaptare, schimbare de paradigmă, digitalizare - priorități ale unei societăți afectate de criza COVID 19 <https://ina.gov.ro/wp-content/uploads/2020/09/Articol-digitalizare-INA.pdf> (accesat 07.10.23)
- [2]. Antreprenoriatul digital – instrument eficient de criză https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/p-222-228_0.pdf
- [3]. Digitalizarea, <https://www.transparency.org.ro/stiri/newsletter/TIRONewsletter201517/files/assets/common/downloads/page0012.pdf> (accesat 07.10.23)
- [4]. Health tech forum moldova: cum accelerăm inovația în sănătate și medicină? <https://tekwill.md/event/health-tech-forum-moldova-how-do-we-accelerate-innovation-in-health-and-medicine/> (accesat 06.10.23).

ENHANCING MOLDOVAN SMALL BUSINESSES THROUGH INNOVATIVE PROJECTS FOR SUSTAINABLE GROWTH

Abstract: *Moldova's small and medium-sized enterprises are vital contributors to the nation's economy, but they face challenges such as limited financing, complex regulations, labor shortages, and fierce competition. To address these issues, the Moldovan government, and the Organization for Entrepreneurial Development (ODA) have initiated programs, simplifying tax systems, offering grants, and providing training with a focus on innovation. Notable programs like the National Program for Youth Economic Empowerment and the SME Digital Transformation Program exemplify Moldova's dedication to SME growth by promoting skills development, financial support, and competitiveness.*

Keywords: *SMEs, Moldova, challenges, innovation, success stories.*

In the ever-evolving landscape of global business, small enterprises play a fundamental role in driving economic development and fostering innovation. Moldova, a nation with a burgeoning small business sector, has recognized the requirement to adapt and innovate to ensure sustainable growth in an increasingly competitive environment. Through a comprehensive exploration of the challenges faced by Moldovan small businesses and the innovative projects that hold the promise of justifiable progress, this article seeks to provide a robust foundation for understanding the transformative potential of innovative strategies. *By fostering a conducive environment for these projects, Moldova can pave the way for its small businesses to not only survive but thrive in the global marketplace.*

THE LANDSCAPE OF MOLDOVAN SMALL BUSINESSES: Moldova's small businesses are vital providers to the nation's economy and labor market. Micro, small, and medium enterprises (SMEs) are the backbone of the economy of the Republic of Moldova, accounting for 98% of all companies and providing 6 out of 10 jobs. Nevertheless, SMEs grapple with challenges like limited financing, complex regulations, labor shortages, and fierce competition. To address these issues, the Moldovan government, and the Organization for Entrepreneurial Development (ODA) have introduced measures, including simplified taxation, grants, and training programs. Prioritizing innovation is key to improving productivity and expanding market reach. Small businesses in various sectors, from agriculture to IT, offer substantial growth opportunities through innovative projects. Collaboration with neighboring countries and global organizations opens doors for technological advancement.

CHALLENGES FACED BY MOLDOVAN SMALL BUSINESS: Moldova's SMEs encounter a spectrum of multifaceted challenges impacting their operational efficiency.

These challenges include:

- a) Limited access to capital impedes growth and innovation due to resource constraints.
- b) Regulatory complexities, characterized by bureaucratic inconsistencies, impose administrative burdens.
- c) Skilled labor shortages hinder technological adoption and operational excellence.
- d) Inadequate transportation and communication networks diminish business efficiency.
- e) External economic fluctuations affect export-oriented small businesses.

Understanding these challenges is pivotal for crafting effective policies and strategies to bolster the resilience and growth potential of Moldovan small businesses.

THE NATIONAL PROGRAM FOR YOUTH ECONOMIC EMPOWERMENT: To promote the involvement of young individuals in entrepreneurship, the Organization for the Development of Small and Medium-sized Enterprises (ODIMM), now known as the Organization for Entrepreneurial Development (OED), in collaboration with the Ministry of Economy, initiated the National Program

for Youth Economic Empowerment (PNAET) [1], which received financial backing from the Government of the Republic of Moldova through Resolution No. 364 dated June 3, 2008. The program catered to a diverse group of beneficiaries, including young individuals and legal entities engaged in entrepreneurship in rural areas, aged between 18 and 35 years. The PNAET program spanned 9 years and encompassed 3 main phases (Figure 1):

Component I - Training and Consultancy: Administered by the OED, this phase provided guidance and expertise to young entrepreneurs through training and consultation services.

Component II - Funding Rural Investment Projects: This phase aimed to enhance rural investment projects by offering commercial loans with a maximum cap of 300,000 lei, including a 40% grant component. Additionally, it facilitated financial support for leasing contracts.

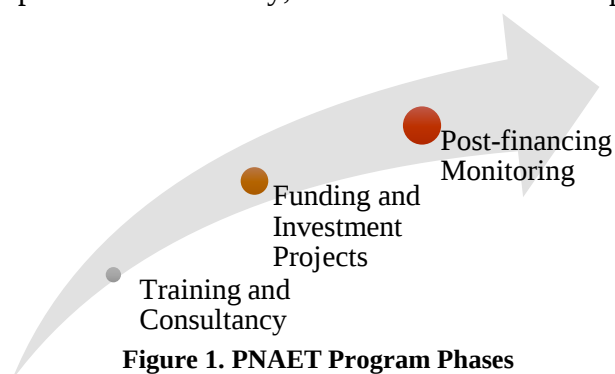


Figure 1. PNAET Program Phases

Component III - Post-financing Monitoring: Managed by the Credit Line Directorate under the Ministry of Finance, this phase focused on monitoring and assessing program outcomes.

This initiative strongly encouraged youth entrepreneurship, highlighting Moldova's

dedication to empowering its younger generation as key contributors to economic development and innovation. The findings provide valuable insights into how the PNAET program shaped the entrepreneurial landscape, showcasing the proactive stance of young entrepreneurs.

THE SME DIGITAL TRANSFORMATION PROGRAM: The SME Digital Transformation Program is a comprehensive initiative designed to provide non-repayable financial support to Moldovan small and medium-sized enterprises (SMEs). This support aims to bolster the economic capacity of program participants by facilitating the transition to e-commerce, enabling the acquisition of cutting-edge equipment and software for innovation, and introducing new technologies [2]. The program's key objectives are:

- Empowering Entrepreneurs:** The program seeks to equip entrepreneurs with the skills needed for planning and implementing digital transformation practices. This objective is targeted at a minimum of 40% of beneficiaries, enhancing digital transformation.
- Financial Support for Digital Transformation:** A minimum of 150 SMEs will receive financial support to execute their digital transformation plans. This financial assistance enables these businesses to embrace technology-driven changes and innovations.
- Enhanced Competitiveness:** The program aims to enhance the competitive advantage and customer portfolios of SMEs by at least 20%. This goal reflects the program's commitment to translating technological adaptation into tangible business benefits.

In essence, the SME Digital Transformation Program stands as a strategic initiative with the primary goals of equipping entrepreneurs with digital proficiency, providing financial support for digitalization, enhancing competitiveness, and advancing e-commerce.

ENTREPRENEURIAL SKILL DEVELOPMENT IN MOLDOVA: Enhancing the skill set of entrepreneurs is a fundamental component of Moldova's entrepreneurial ecosystem. Entrepreneurs,

particularly within the small and medium-sized enterprise (SME) sector, significantly impact the nation's economic progress. Skill development programs are paramount in this context.

- a) *Competence Enhancement*: Skill development initiatives provide entrepreneurs with knowledge and capabilities essential for effective decision-making, including financial management and strategic planning.
- b) *Global Competitiveness*: As Moldovan businesses engage in international trade, skill development programs empower entrepreneurs with insights into global market dynamics, trade regulations, enhancing their competitiveness on the global stage.

Entrepreneurs in Moldova benefit from various capacity-building initiatives. Mentorship programs provide invaluable guidance and networking opportunities, nurturing entrepreneurial growth. These efforts ensure resource accessibility, encompassing critical resources like financial support, market research, and essential infrastructure. Additionally, entrepreneurial training and workshops cover diverse topics, imparting hands-on experience and practical skills for daily business operations.

SUCCESS STORY AND BEST PRACTICES FROM MARIA MINCIUNĂ: Maria Minciună, fondly known as "Tanti Mașa," has made a name for herself by creating a rural business centered on artisanal jams in Moldova. With the support of the European Union, she turned her 30 years of jam-making experience and a passion for cooking into a thriving enterprise. Her brand, "La Tanti Mașa," is now renowned for its delectable jams, including flavors like acacia, elderflower, wild rose, and bell pepper, which have gained popularity among tourists and food enthusiasts. Thanks to a €4,172 grant from the "Lower Prut Floodplain" Local Action Group, under the EU4Moldova: Key Regions Program, funded



Figure 1. Maria Minciună, Beneficiary of the "Lower Prut Floodplain" Local Action Group

by the European Union, Maria invested in modern equipment to enhance production, allowing her to meet the growing demand [3]. Maria's venture, set in picturesque rural surroundings, has become part of a regional tourism route, attracting tourists and urban residents in search of authentic culinary experiences. This success story serves as an inspiring example of how passion and dedication can be transformed into a sustainable and thriving business, with the European Union's support playing a pivotal role.

The "Lower Prut Floodplain" Local Action Group is one of four grant recipients under the **EU4Moldova: Key Regions Program, funded by the European Union**. The Program (2019-2024) is dedicated to

fostering intelligent, inclusive, and sustainable socio-economic development in the Cahul and Ungheni regions, thereby enhancing the quality of life for the local population. With a total budget of €23 million, the program is financed by the European Union and implemented by the United Nations Development Programme (UNDP) [4].

Conclusions:

Moldova's small and medium-sized enterprises (SMEs) are at the heart of our nation's economic journey. Despite facing their share of challenges, these resilient businesses stand strong, bolstered by the unwavering commitment of our government and dynamic international partnerships that champion innovation and sustainability. Inspirational programs like the National Program for Youth

Economic Empowerment and the SME Digital Transformation Program exemplify Moldova's resolute dedication to fueling SME growth. Skill development is the cornerstone of entrepreneurship in our country, empowering our business leaders with the knowledge and capabilities they need to thrive.

In essence, Moldova's SMEs are not just economic entities; they are the driving force behind our progress. With innovation as our compass and unwavering support as our fuel, they are poised to steer our nation toward lasting economic prosperity and sustainable growth. The future is bright, and together, we'll create a thriving entrepreneurial landscape that Moldova can be proud of.

Bibliographic references:

- [1]. <https://www.oda.md/ro/suport-antreprenorial/programe-finalizate>
- [2]. <https://www.odimm.md/ro/transformare-digitala>
- [3]. <https://eu4business.md/success-stories/cooking-up-a-successful-country-business-in-moldova/>
- [4]. <https://www.undp.org/moldova/news/msmes-need-accessible-financing-tools-become-more-competitive>

GESTIUNEA DECONTĂRILOR PRIN INTERMEDIUL INSTRUMENTELOR DE PLATĂ FĂRĂ NUMERAR

Victoria LISNIC¹ magistru în economie, **Nicoleta CIORICI**² gr. CON201

¹Colegiul Național de Comerț al ASEM din Chișinău, 18 Petru Rareș str., MD-2004, Republica Moldova Tel:069709291, e-mail:victorialisnic2018@gamil.com

²Colegiul Național de Comerț al ASEM din Chișinău, 18 Petru Rareș str., MD-2004, Republica Moldova, Tel: 069892620, e-mail:cioricinicoleta9@gmail.com

Abstract.

The adoption of non-cash payment instruments for reimbursements represents a pivotal shift in the way financial transactions are managed. This paper explores the growing trend of utilizing digital and electronic payment methods as a means of reimbursing individuals or organizations. It examines the advantages of these methods, which include heightened security, efficiency, cost-effectiveness, and transparency, in comparison to traditional cash-based reimbursements. By shedding light on the benefits and challenges associated with non-cash payment instruments, this study contributes to a better understanding of the evolving financial landscape and the importance of integrating digital payment methods for efficient reimbursement processes. It is intended to provide valuable insights for businesses and individuals seeking to navigate the complexities of modern financial systems. The presentation addresses the importance and efficiency of settlement management through cashless payment instruments. It explores the advantages and challenges of using these methods in the context of modern business, highlighting the impact on financial efficiency and risk management. The analysis covers various payment instruments such as bank cards, electronic transfers and fintech solutions, providing practical insights and strategies for optimizing settlement processes.

Cuvinte cheie: *Gestionarea decontărilor, instrumente de plată, cont de card, cont curent, cont curent cu card atașat, debitarea în valută.*

Într-o eră dominată de digitalizare și tehnologie avansată, *gestiunea decontărilor prin intermediul instrumentelor de plată fără numerar* joacă un rol esențial în asigurarea eficienței și transparenței în mediul afacerilor. O astfel de practică nu numai că facilitează fluxul financiar între diferite entități comerciale, dar reprezintă și o modalitate crucială de a minimiza riscul de fraudă și de a oferi o mai mare flexibilitate în gestionarea finanțelor organizaționale. În acest context, este vital să se exploreze în profunzime modalitățile în care instrumentele de plată fără numerar contribuie la optimizarea procesului de decontare, aducând beneficii semnificative atât pentru întreprinderi, cât și pentru consumatori.

Gestiunea decontărilor prin intermediul instrumentelor de plată fără numerar reprezintă o componentă esențială în administrarea eficientă a afacerilor contemporane. Utilizarea cardurilor bancare, transferurilor electronice în procesele financiare aduc beneficii semnificative în ceea ce privește securitatea, rapiditatea și transparența tranzacțiilor.

Cele mai des utilizate instrumente de plată fără numerar de către clienții băncilor comerciale sunt:

Cardul bancar este instrument de plată electronic emis de bancă la solicitarea clientului, sub forma unui suport standardizat, securizat și individualizat care permite deținătorului de card efectuarea tranzacțiilor fără numerar. Fiecare card vine cu unul sau mai multe *conturi de card*, acesta participă în mod direct la efectuarea tranzacțiilor și nu pot fi utilizate fără card atașat.

Cont curent este un cont deschis de o unitate bancară unui client pentru păstrarea mijloacelor bănești ale acestuia și efectuarea unor operații curente (plăți și încasări), acesta poate fi utilizat fără a fi atașat unui card.

Cont curent cu card atașat este un cont bancar deschis de bancă pe numele clientului, la care se atașează un card bancar, în scopul de a efectua unele operațiuni curente: depuneri și retrageri de numerar, plăți, transferuri și recepționări de fonduri, precum și operațiuni prin intermediul cardului bancar. În cazul în care clientul închide cardul atașat, acest cont va fi utilizat doar pentru operațiuni curente și poate fi închis doar la solicitarea clientului.

Avantajele utilizării instrumentelor de plata fără numerar sunt:

Siguranță sporită: Cardurile bancare oferă o modalitate mai sigură de a efectua plăți, deoarece în caz de pierdere sau furt, acestea pot fi blocate imediat pentru a preveni utilizarea frauduloasă a fondurilor.

Conveniență și accesibilitate: Utilizarea cardurilor bancare facilitează accesul la fonduri în orice moment și în orice loc, fără necesitatea transportării de numerar sau a găsirii unui bancomat specific.

Ușurință în urmărirea cheltuielilor: Cardurile bancare oferă o urmărire precisă a tuturor tranzacțiilor efectuate, permițând utilizatorilor să monitorizeze și să evalueze mai ușor cheltuielile lor.

Posibilitatea de a genera recompense: Multe carduri bancare oferă programe de recompense, cum ar fi puncte de loialitate sau cash back, care pot aduce beneficii suplimentare utilizatorilor, în funcție de obiceiurile lor de cheltuieli.

Facilitarea tranzacțiilor online: Cu un card bancar, utilizatorii pot efectua cu ușurință tranzacții online, cumpărând bunuri și servicii din confortul propriei case, fără a fi nevoie să dețină numerar.

În momentul efectuării decontărilor prin intermediul instrumentelor de plata fără numerar, mecanismul de funcționare se repartizează în 3 etape:

Inițierea tranzacției: Debitarea începe atunci când deținătorul contului curent inițiază o tranzacție, fie prin utilizarea unui card bancar, fie prin completarea unui cec sau prin efectuarea unei tranzacții online.

Autorizarea tranzacției: Banca sau instituția financiară a deținătorului verifică dacă există fonduri suficiente în contul curent pentru a acoperi tranzacția. Dacă există suficiente fonduri sau dacă utilizatorul are un aranjament de descoperire de cont, tranzacția este aprobată.

Debitarea efectivă: După ce tranzacția este autorizată, suma corespunzătoare este retrasă din contul curent al deținătorului. Aceasta poate fi imediată în cazul tranzacțiilor online sau poate dura câteva zile în cazul cecurilor sau altor forme de plată.

În pofida tuturor asemănarilor dintre aceste instrumente, *cardul și contul curent* au câteva trăsături proprii care le face să funcționeze mai eficient în combinație. Diferențele dintre cardul bancar și contul curent sunt prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1 Diferențele dintre un card bancar și un cont curent.

	Depuneri/Retrageri	Transferuri	Achitări
Card bancar	La oricare dintre unitățile/ ATM-urile băncii emitente și/sau alte ATM-uri străine și prin virament	PF-PJ/ PF-PF	Fizic și online atât în țară cât și înafara ei, în orice valută existentă
Cont curent	Doar la unitatea băncii emitente sau prin virament	PF-PJ/ PJ-PF/ PJ-PJ/ PF-PF	Nu se permit

Sursa: [1]

Pentru depuneri și retrageri este mult mai eficient utilizarea unui *card/ card cu cont curent atașat*, acesta putând fi utilizat la oricare ATM (bancomat) existent, la ghișeele băncii sau prin virament, pe când de pe *contul curent* se pot efectua retrageri sau depuneri doar la unitățile băncilor sau prin virament.

În cazul transferurilor este mai eficient un *cont curent* care în cele mai multe cazuri are comisioane mai mici, iar transferurile pot fi efectuate atât între persoană juridică (PJ)-persoana fizică (PF) sau invers, cât și între PF-PF sau PJ-PJ. Iar în ceea ce privește achitățile, directe către comercianți la POS-terminale, opțiunea este disponibilă doar cu ajutorul unui *card/ card cu cont curent atașat*.

Pe lângă toate avantajele oferite de *cardurile* și *cardurile atașate la conturi curente*, mai există posibilitatea de achitare în orice valută din orice colț al lumii utilizând atât cardul cât și aplicația mobilă a băncii la care se deservește. Dacă tranzacția și valuta intermediară, primite de către bancă în mesajul de autorizare, coincid cu valuta *Contului de card/ Contului curent cu card atașat/ Cardului*, atunci nu au loc convertiri de valută la momentul blocării.

Dacă valuta tranzacției primită de către bancă în mesajul de autorizare a operațiunii cu cardul, diferă de valuta intermediară din același mesaj, care, la rândul său, diferă de valuta *Contului de card/ Contului curent cu card atașat/ Cardului*, atunci convertirea valutei se efectuează la cursul Visa/Mastercard și/sau la cursul valutar special al băncii, în dependență de valuta intermediară aplicată de Visa/Mastercard în mesajul de autorizare recepționat, dacă este cazul convertirii valutilor pe partea băncii, atunci se aplică cursul valutar special al zilei operaționale curente la momentul recepționării mesajului de autorizare, dacă este cazul convertirii valutilor pe partea Visa/Mastercard, atunci cursul aplicat este pentru ziua în care Visa/Mastercard prelucrează autorizarea operațiunii cu cardul. În cazul în care doriți să verificați la care curs valutar s-a efectuat plata puteți verifica cursul valutar pe site-ul oficial Visa sau Mastercard. În cazul în care se efectuează o plată în euro dar cardul funcționează în lei moldovenești înseamnă că clientul procură euro și ar trebui să verifice cursul de vânzare a acestuia. Acest lucru este valabil pentru toate valutele sau tipurile de conversie. Cu toate acestea nu trebuie de exclus posibilitatea că cursul valutar din ziua în care se efectuează plata poate să difere de cel din ziua, sau ora la care se debitează propriu-zis. Fiind un proces foarte complet trebuie înțeles cât mai bine. O vizualizare schematică a procesului de convertire dublă pentru tranzacțiile în valută străină se prezintă în figura 1.

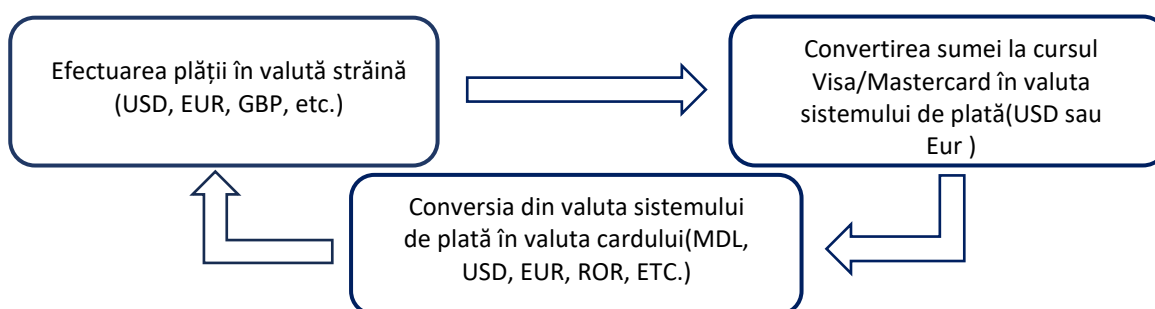


Figura 1. Procesul de convertire dublă pentru tranzacțiile în valută străină.

Sursa: [5]

Cele două sisteme de plată disponibile în Republica Moldova (Visa/Mastercard) funcționează în valute diferite, adică USD și respectiv EUR. În virtutea acestui fapt dacă este necesară efectuarea unei tranzacții în USD cel mai eficient este să utilizați un card care se deservește la sistemul de plată Visa, iar dacă tranzacția se efectuează în EUR este mai bine să utilizați Mastercard.

În oricare dintre alte situații sau alte valute se va efectua dubla conversie care funcționează în felul următor: valuta tranzacției se convertește în valuta sistemului de plată, ulterior se mai efectuează încă o conversie conform valutei cardului dacă și aceasta diferă.

Gestionarea decontărilor prin instrumentele de plată fără numerar aduce cu sine anumite riscuri, iar conștientizarea acestora este esențială pentru o implementare eficientă. Printre riscurile majore se

numără: (1) securitatea cibernetică: vulnerabilitatea la atacuri cibernetice poate expune informații financiare sensibile; (2) fraudă: utilizarea cardurilor și a altor instrumente fără numerar poate expune afacerile la riscul de fraude, cum ar fi clonarea cardurilor sau utilizarea neautorizată a conturilor; (3) disponibilitatea sistemelor: fiabilitatea sistemelor de plată digitală poate fi afectată de întârzieri, întreruperi tehnice sau defecțiuni, ceea ce poate duce la probleme în procesul de decontare și la impact financiar; (4) creșterea dependenței de tehnologie: în timp ce tehnologia aduce beneficii semnificative, dependența excesivă de aceasta poate expune organizațiile la riscul de a fi nevoite să facă față unor probleme majore în cazul unor defecțiuni tehnologice. Pentru a minimiza aceste riscuri, companiile ar trebui să implementeze politici și tehnologii de securitate robuste, să ofere formare adecvată angajaților și să fie la curent cu schimbările legislative din domeniu.

Concluzii.

Cele mai folosite instrumente de plată fără numerar au transformat modul în care gestionăm tranzacțiile financiare în unul mult mai eficient și mai rapid. De la cardurile de debit și credit la plăți și criptomonede, avem la dispoziție o gamă variată de opțiuni pentru a simplifica viața financiară. Iar acest lucru clar conduce la o sporire a confortului nostru și a celor cu care conlucrăm financiar. Este important să alegem metodele care se potrivesc cel mai bine nevoilor noastre și să fim conștienți de avantajele și riscurile fiecăreia. În primul rând trebuie să fim familiarizați cu respectivă metoda aleasă și să înțelegem corect cum aceasta funcționează. Sunt și unele metode mai riscante, pe care ar fi bine să le eviți în necunoștință de cauză. Adoptând unul sau mai multe dintre aceste instrumente moderne de plată fără numerar, putem experimenta o eficiență sporită și un grad mai mare de siguranță în gestionarea banilor noștri.

Procesul de decontare prin intermediul instrumentelor de plată fără numerar vine cu un pachet întreg de avantaje care ne oferă posibilitatea de achitare de oriunde în lume sau chiar și din confortul casei noastre oferindu-ne ca bonus îndrumare către serviciile de calitate oferite de comercianții cu care banca colaborează.

Referințe bibliografice:

- [1]. Regulamentul cu privire la funcționarea și utilizarea cardurilor și conturilor de card a BC Victoriabank SRL, disponibil la <https://www.victoriabank.md/tarife>
- [2]. Regulamentul cu privire la funcționarea și utilizarea cardurilor și conturilor de card a BC MAIB, disponibil la <https://www.maib.md/ro/persoane-fizice/tarife-si-conditii-generale>
- [3]. Reglementările efectuate de către BNM disponibil la <https://www.bnm.md/ro/content/avantajele-utilizarii-instrumentelor-si-serviciilor-de-plata-fara-numerar>
- [4]. Eficiența utilizării și contabilitatea serviciilor de plată fără numerar disponibil la https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/1234567890/69/Badicu_G_conf_con_05.04.19.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [5]. Sistemul de convertire a valutelor conform sistemelor de plată disponibil la <https://www.mastercard.md/ro-md/personal/poleznye-privychki/privychka-beznalichnyeoplaty.html>
- [6]. Modernizing Cash Management <https://www.imf.org/external/pubs/ft/tnm/2009/tnm0903.pdf>
- [7]. www.mic.md
- [8]. www.bnm.md
- [9]. www.maib.md

DOBÂNDIREA COMPETENȚELOR ANTREPRENORIALE CU AJUTORUL FIRMEI DE EXERCİȚIU

Elena GIURANIUC, grad didactic unu

Colegiul Andronic Motrescu din Rădăuți, județul Suceava, str.Putnei, nr.236, tel./fax.0230565024,
Email: andronicmotrescu@gmail.com

Abstract

The practice firm is a method of practical training of students in order to train the necessary skills to become valuable employees or responsible entrepreneurs. In the exercise company, the concepts studied are applied interdisciplinary, they are deepened in a functional system, the company, and at the same time, a didactic approach is created to approach and apply new concepts, useful in the organization and management of a business.

Termeni cheie: *firma de execuție, client, afacere, strategie, departamente.*

Firma de exercițiu este o metodă de instruire practică a elevilor în vederea formării competențelor necesare pentru a deveni angajați de valoare sau întreprinzători responsabili.

În firma de exercițiu se aplică interdisciplinar noțiunile studiate, se realizează aprofundarea acestora într-un sistem funcțional, **firma**, și totodată se creează demersul didactic pentru abordarea și aplicarea unor noi concepte, utile în organizarea și conducerea unei afaceri.

Firma de exercițiu constituită după **modelul unei firme reale**, are scopul de a ghida elevii în procesul de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale. Acest model permite **simularea** activităților dintr-o întreprindere economică reală.

Principalele competențe dezvoltate în firma de exercițiu Competențe specializate:

- Aplică legislația privind înființarea, autorizarea și funcționarea unei firme;
- Stabilește viziunea, misiunea, obiectivele și strategia firmei;
- Realizează procesul de recrutare și selecție la nivel de firmă;
- Planifică necesarul de personal;
- Evaluează personalul angajat în firmă și propune măsuri de dezvoltare profesională;
- Analizează profitabilitatea și competitivitatea firmei pe piață
- Analizează mediul de marketing în vederea dezvoltării afacerii
- Organizează firma din punct de vedere al proceselor și structurii aferente acestora
- Manageriază resursele umane ale firmei.

Fiecare firmă de exercițiu este, ca și în activitatea practică, structurată pe departamente:

- 1) departamentul de personal,
- 2) secretariat,
- 3) marketing,
- 4) vânzări,
- 5) controlling,
- 6) contabilitate,
- 7) logistică ș.a.m.d.

Elevii lucrează la diferite departamente desfășurând activitățile specifice acestora. Pe lângă contactul național și internațional, un alt punct forte al firmei de exercițiu este simularea. Decizii greșite, care în viața reală de afaceri pot duce la periclitarea propriei întreprinderi, nu au în firma de exercițiu nici o consecință economică reală. Ele sunt o parte importantă a experienței proprii a elevilor, un factor esențial al procesului de învățare. Este indicat chiar să se exerseze aceste situații de eșec posibile în economia reală, elevii fiind astfel pregătiți pentru soluționarea/preîntâmpinarea lor.

Obiectivul orei de predare-învățare-evaluare în firma de exercițiu este transmiterea interdisciplinară, orientată spre acțiune și rezolvarea problemelor, centrată pe elevi și conform practicii, a cunoștințelor despre activitățile care se desfășoară în cadrul întreprinderii și despre relațiile dintre întreprinderi. Mai ales activitățile finalizate de partenerii de afaceri.

Dobândirea de calificări- cheie (ex.: capacitatea de a lucra în echipă, gândire interdisciplinară, competențe lingvistice) îl fac capabil pe elev să aibă mobilitate și flexibilitate în lumea activă și profesională internațională. De exemplu, dacă elevul trebuie să pună în aplicare, în calitate de referent al departamentului de achiziții din firma de exercițiu, cunoștințele sale de economia întreprinderii din domeniul achizițiilor, ținând seama de situația economică a întreprinderii sale, trebuie să ia decizia optimă în colaborare cu colegii săi pentru achiziționare, să recunoască efectul pe care îl va avea asupra succesului întreprinderii și să reprezinte această decizie în fața conducerii afacerii.

Și pentru profesor, în calitate de coordonator al firmei de exercițiu, firma de exercițiu reprezintă o provocare deosebită: o modificare a rolului de executant în rolul de colaborator în echipă, de la superior la consilier. În firma de exercițiu, elevului îi aparține decizia și acțiunea. Profesorul poate interveni în deciziile luate doar dacă deține o funcție în firma de exercițiu.

Un punct forte al exersării competențelor în firma de exercițiu este reprezentat de politica și strategia de marketing în vederea asigurării viabilității ideii de afaceri. În acest sens se urmăresc aspecte esențiale, precum:

- satisfacerea unei nevoi;
- integrarea pe piață;
- produse/servicii de calitate;
- clienți mulțumiți.

Politica și strategia firmei, pe termen scurt și lung, sunt influențate de mediul de marketing prin cele două componente: **macromediul** și **micromediul**.

Macromediul reprezintă ansamblul de variabile, factori și forțe, necontrolabile de către firma care acționează indirect, pe termen lung și cu o intensitate mai slabă asupra activității întreprinderii, climatul general în care se derulează activitatea firmei.

Micromediul cuprinde acei factori interni și forțe externe care influențează în mod direct activitatea firmei și asupra cărora se poate exercita un anumit control.

Ideea de afacere în firma de exercițiu reprezintă punctul de plecare pentru viitorul întreprinzător.

Ideea de afaceri poate apărea:

- **spontan** - ca urmare a impactului dintre o nevoie și o soluție, urmând a estima resursele potențiale;
- **ca rezultat al unei analize complexe**, care, pornind de la ceea ce există ca resurse – materiale, financiare, competența profesională și managerială, experiență – se poate contura un mod eficient de a consuma aceste resurse;
- **pentru a suplimenta oferta de pe piața** în situația în care există o nevoie incomplet satisfăcută, ceea ce determină extinderea numărului de întreprinzători și creșterea cantitativă a ofertei.

Firma de exercițiu este o firmă virtuală, care are un obiect de activitate stabilit pe baza unui studiu de piață încadrat conform clasificării activităților din economia națională (codurile CAEN armonizate cu NACE- Nomenclatorul Activităților din Comunitatea Europeană).

Forma juridică influențează organizarea firmei, respectiv:

- numărul de persoane asociate;
- capitalul social;
- aporturile la capital;
- procedura, etc.

În mediul real de afaceri există societăți comerciale autorizate ca

- SA (societate pe acțiuni),
- SRL (societate cu răspundere limitată),
- SCS (Societatea în comandita simplă),
- SCA (Societatea în comandita pe acțiuni) și
- SNC (Societatea în nume colectiv).

Cele mai multe societăți comerciale sunt organizate sub forma de SRL - societate cu răspundere limitată.

Forma juridică a firmei de exercițiu are la baza modelul societății comerciale din mediul real. Societățile comerciale, în majoritatea cazurilor, se autorizează ca SRL, urmând ca în viitor să se transforme în SA, pe măsură ce se extinde firma.

Pentru a înregistra o firmă de exercițiu, profesorii și elevii trebuie să parcurgă următoarele etape:

- Culegere de informații referitoare la înființarea unei firme;
- Dezbateri în cadrul echipelor de elevi, sub îndrumarea profesorilor coordonatori, pe baza informațiilor colectate, asupra:
 - deciziei de constituire a unei firme de exercițiu;
 - alegerii obiectului de activitate;
 - alegerii denumirii;
 - stabilirii capitalului social;
 - nominalizării asociaților;
 - întocmirii documentației de constituire conform cerințelor ROCT.

Utilizare metodei didactice de instruire interactivă „firma de exercițiu” determină multiple avantaje pentru fiecare participant: elevi, profesori, unitate de învățământ, parteneri etc. Pentru elevi, F.E. determină următoarele avantaje:

- Pune la dispoziția elevului mijloacele necesare formării în concordanță cu standardele europene;
- Ajută la însușirea cunoștințelor prin aplicarea lor practică;
- Ajută la dezvoltarea competențelor generale, cheie și specifice unui domeniu de studiu;
- Instruirea se realizează într-un mediu atractiv și interactiv, elevul fiind motivat în realizarea propriei formări prin participare voluntară și manifestarea creativității și aplicarea abilităților personale;
- Contribuie semnificativ în dezvoltarea spiritului antreprenorial, asumarea riscurilor și luarea deciziilor;
- Ajută la realizarea unei mai bune inserții pe piața forței de muncă, acomodarea la locul de muncă și orientarea în carieră prin rotația pe posturi.

Concluzii. Pentru unitatea de învățământ, F.E. prezintă următoarele avantaje:

- Permite realizarea unei oferte școlare atractive;
- Este mijloc de promovare atât pe plan local, cât și național, prin participarea firmelor la diferite competiții;
- Oferă posibilitatea încheierii de parteneriate cu organizațiile din diferite domenii, de la nivel local;
- Creează un plus de credibilitate școlii, la nivelul rețelei școlare.

Referințe bibliografice:

- [1]. Cucoș, C. *Psihopedagogie*, Editura Polirom, Iași, 2014;
[2]. CNDIPT, Suport de curs, *Înființarea unei Firme de exercițiu*, 2013.

MANAGEMENTUL CONFLICTELOR – INSTRUMENT PENTRU EFICIENȚA ORGANIZAȚIONALĂ

ILCIUC Cătălina¹ dr. în șt. ec., grad didactic superior, Valeria CABAC² gr. PAA 2011G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 079505085, Email: catalinailciuc218@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 069405004, Email: valeria.cabac@gmail.com

Abstract

This text explores the inevitability of conflicts in human life, emphasizing their presence in various aspects like economic, political, and familial domains. Organizational conflicts, a natural part of group dynamics, arise from diverse personalities and perspectives. The text categorizes conflicts based on their impact on organizational development, subjects involved, and duration. Causes range from personal differences to structural changes. Conflict management, vital for effective human resource management, involves contextual approaches and various strategies such as structural changes, team composition adjustments, common adversary focus, and collaborative styles.

O societate fără conflicte ar fi o societate perfectă, utopică. Cu toate acestea, prezența conflictelor este indispensabilă vieții, acestea fiind omniprezente. Dicționarul explicativ al limbii române definește conflictul ca o contradicție, ciocnire de interese, dezacord între ideile, interesele sau sentimentele unor persoane. Conflictele sunt manifestate în toate domeniile de interes ale vieții, în activități economice, politice, religioase, familiale etc., acestea nemijlocit având efecte distructive asupra interacțiunii sociale.

Analizând caracterul contradictoriu și diversitatea naturii umane, devine clar că viața oamenilor este imposibilă fără conflicte. De această legitate a interacțiunii sociale nu scapă nici interacțiunile din cadrul entităților. Conflictele organizaționale nu diferă substanțial de conflictele din viața cotidiană, acesta fiind o componentă a vieții de grup, iar apariția conflictelor trebuie privită ca o stare firească, în cea mai mare parte inevitabilă. Organizația reunește în grupuri de muncă indivizi cu personalități, mentalități, educație, sisteme de valori și comportamente diferite. De aceea, menținerea unei armonii perfecte nu poate fi decât o iluzie. În orice organizație apar și se manifestă diferite conflicte, dezacorduri și contradicții ca urmare a faptului că pe baza condițiilor concrete apar diferite idei, tendințe și interese în legătură cu soluționarea diferitelor probleme de natură tehnică, economică, organizatorică și socială. Competiția și cooperarea se realizează, oriunde și oricând, pe fondul unor elemente conflictuale, cu amplitudini și evoluții diferite de la un caz la altul.

Conflictele organizaționale sunt numeroase și diverse. De aceea, o clasificare a acestora apare necesară și utilă.

Din punct de vedere al efectelor pe care le au asupra evoluției activității organizației, conflictele pot fi:

a) Conflicte funcționale

Se manifestă ca o confruntare de idei între indivizi sau grupuri, care stimulează ameliorarea activității și contribuie la creșterea performanței organizației.

b) Conflicte disfuncționale.

În această categorie intră orice contradicție, confruntare sau interacțiune, a căror desfășurare împiedică realizarea obiectivelor organizației.

Din punct de vedere al subiecților aflați în conflict (al sferei de cuprindere) există următoarele tipuri de conflicte:

- a) Conflict intrinsec, care apare atunci când un individ nu știe să precizeze ce trebuie să facă și ce anume se cere de la el.
- b) Conflict interpersonal, instalat între doi sau mai mulți indivizi care aparțin aceluiași grup, fie sunt situați în grupuri diferite. De regulă, asemenea animozități sunt cauzate de diferențele de personalitate sau apar și se amplifică datorită unor stări afective negative.
- c) Conflict între indivizi și grupuri.
- d) Conflict între grupuri (formale sau informale).

În funcție de durata și modul de evoluție, se disting trei tipuri de conflicte:

- a) Conflictul spontan - este declanșat de cauze aleatorii, apărute brusc.
- b) Conflictul acut - este generat de cauze evidente și are o evoluție scurtă, dar cu manifestări intense.
- c) Conflict cronic - este provocat de cauze ascunse, care țin de latura secretă a personalității (ambii, dorința de putere, etc.). Acumulate și combinate în timp, aceste cauze, greu de depistat, generează conflicte cu evoluție lentă și de lungă durată.

Există de asemenea mai multe cauze care contribuie la declanșarea conflictelor organizaționale. Investigațiile referitoare la cauzele conflictelor au condus la o relativă diferențiere a acestora între conflicte interpersonale și de grupuri. Cauze ale conflictelor interpersonale pot fi:

- a) Diferențele personale
Conflictele provenite din diferențele personale sunt poate cel mai greu de rezolvat. Oamenii sunt diferiți, iar deosebirile dintre ei, care pot contribui, adesea, la generarea conflictelor sunt numeroase:
 - diferențe în pregătirea profesională, capacitatea de muncă și rezistența la efort;
 - diferențe în percepții și așteptări;
 - diferențe de personalitate și stil de muncă.
- b) Cauze legate de executarea sarcinilor de serviciu care apar în cazurile când:
 - angajatul nu este convins de necesitatea și utilitatea executării unei sarcini sau de modul de efectuare stabilit;
 - managerul ia decizia fără participarea persoanei sau grupului interesat;
 - lipsa de claritate în fixarea atribuțiilor și sarcinilor.
- c) Cauze generate de modul de evaluare a activității personalului
Lipsa unor criterii, a unor standarde sau deprinderi speciale ale managerului de a aprecia activitatea angajaților poate provoca nemulțumiri și contradicții.
- d) Diferențierile ierarhice accentuate
Existența unui număr mare de niveluri ierarhice, accentuate prin simboluri ale puterii (birou separat cu anticameră și linie telefonică directă, spațiu de parcare rezervat etc.), precum și niveluri de salarizare exagerat diferențiate pot constitui frecvente și puternice surse de conflict.
- e) Incompatibilitatea cu funcția
Conflictele generate de incompatibilitatea cu rolul deținut în cadrul organizației, sunt alimentate de particularitățile personale cât și de o informare deficitară.

Cauze ale conflictelor dintre grupuri.

- a) Existența unor obiective diferite
În general conflictele determinate de existența unor obiective diferite sunt alimentate și de alte condiții, cum ar fi alocarea resurselor și sistemele de evaluare și recompensare.
- b) Schimbările în structura organizatorică
Astfel de schimbări pot stimula conflictul prin instalarea stării de nesiguranță, prin redimensionarea puterii și prin schimbarea modului de subordonare.
- c) Diferențele în percepție
De obicei, diferențele în percepție însoțesc diferențele de obiective.
- d) Interdependențele structurale

Munca devine interdependentă atunci când două sau mai multe componente ale structurii formale (posturi, funcții și compartimente) depind una de alta pentru a-și putea rezolva sarcinile.

e) Nemulțumirea față de statutul social și profesional

În cadrul organizațiilor unele grupuri au un statut social și profesional considerat de ceilalți angajați mai elevat; acest lucru poate constitui o alta cauză de conflict structural.

Managementul conflictelor constituie una dintre cele mai interesante componente ale managementului resurselor umane, implicând cunoașterea aspectelor comportamentale individuale și de grup și având o semnificație aparte pentru practica conducerii.

Managementul conflictelor presupune cunoașterea și operaționalizarea metodelor adecvate de soluționare a disputelor, contradicțiilor și dezacordurilor din cadrul organizațiilor.

Este important și necesar ca managerii să cunoască gama posibilităților de tratare și stăpânire a conflictelor organizaționale. Ei trebuie să știe și să fie convinși că managementul conflictelor necesită o abordare contextuală, luând în considerație condițiile și situațiile concrete (contextul) în care ele se produc. Cunoscând esența și cauzele proprii conflictelor, managerii pot preîntâmpina sau soluționa conflictele.

Există numeroase modalități de management a conflictelor organizaționale, acestea rezolvând eficient neînțelegerile sau disputele.

- Schimbarea structurii

Atunci când structura reprezintă cauza unui conflict disfuncțional, schimbarea structurală poate fi soluția pentru rezolvarea acestuia.

- Schimbarea compoziției echipei

Dacă conflictul are loc între membrii echipei, cea mai ușoară soluție ar putea fi schimbarea componenței acesteia, separând astfel persoanele care sunt în dezacord. În cazurile în care conflictul este atribuit valorilor și preferințelor foarte diferite ale unui număr mic de membri, înlocuirea unora dintre acești membri poate rezolva problema.

- Crearea unei forțe opuse comună

Conflictul în cadrul unei organizații poate fi redus prin concentrarea atenției asupra unui „dușman” comun, cum ar fi concurența. Concentrându-se asupra unei companii concurente, grupurile pot decide să lucreze împreună pentru a îmbunătăți eficacitatea companiei.

- Regula majorității

Uneori, într-un grup, un conflict poate fi rezolvat prin aplicarea regulii majorității. Acest lucru presupune ca membrii grupului să voteze, iar ideea cu cele mai multe voturi este cea care se pune în practică. Abordarea regulii majorității poate funcționa dacă participanții consideră că procedura este corectă. De menționat este că această strategie devine inefficientă dacă este folosită repetat, cu aceiași membri câștigând în mod constant.

Modul în care conflictele sunt gestionate variază de la o persoană la alta. Există cinci stiluri de gestionare a conflictelor. Aceste stiluri pot fi reprezentate grafic, arătând gradul de cooperare și competitivitate a fiecărui stil.

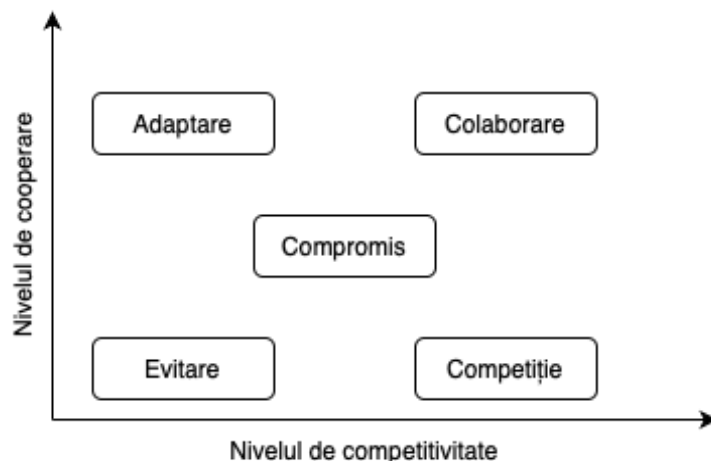


Figura 1. Gradul de cooperare și competitivitate a stilurilor de gestionare a conflictelor [2]

- Evitare

Este un stil neasertiv, persoanele care adoptă acest stil încercând să evite conflictul în întregime, negând că acesta există. Sunt predispuse să amâne orice decizii în care ar putea apărea un conflict.

- Adaptarea

Stilul de adaptare este cooperativ și neasertiv. În acest stil persoana cedează în favoarea celeilalte părți chiar dacă acest lucru înseamnă renunțarea la propriile obiective personale. Persoanele care adoptă acest stil manifestează temere în momentul exprimării propriei opinii, sau pot acorda o valoare mai mare relației, crezând că dezacordul ar putea fi vătămător pentru cealaltă persoană.

- Compromis

Acest stil este unul de mijloc, în care indivizii au dorința de a-și exprima propriile preocupări și de a obține ceea ce doresc, dar totuși respectă obiectivele celeilalte persoane.

- Competiție

Persoanele care adoptă un stil competitiv doresc să își atingă scopul cu orice preț, indiferent de ceea ce spun ceilalți sau de cum se simt aceștia. Sunt mai interesați de obținerea rezultatului dorit decât de menținerea relațiilor.

- Colaborare

Stilul de colaborare este caracterizat printr-o înaltă cooperare. Colaborarea este o strategie utilizată pentru obținerea celui mai bun rezultat în conflicte. Ambele părți susțin propria poziție, argumentând-o cu fapte și raționamente, în timp ce ascultă cu atenție părerea celeilalte părți.

Întrebarea rămâne a fi: „Care este cel mai bun stil?”

Așa cum se întâmplă adesea în comportamentul organizațional, nu există o singură modalitate corectă de abordare a conflictului. De cele mai multe ori, depinde de situație. Cu toate acestea, stilul de colaborare are potențialul de a fi extrem de eficient în multe situații diferite.

De asemenea, este probabil ca indivizii să răspundă în mod similar persoanei care „întreține” conflictul, spre exemplu, dacă o persoană folosește tactici de forțare, alții vor avea tendința să răspundă cu tactici de forțare la rândul lor.

Concluzii:

Conflictele reprezintă o realitate inevitabilă în contextul organizațional, gestionarea acestora fiind esențială pentru menținerea echilibrului și performanței în cadrul unei entități. Prin clasificarea conflictelor în funcție de natură și impact, textul evidențiază că nu toate conflictele sunt dăunătoare, ci pot contribui la stimularea inovației și ameliorarea activității organizației. De asemenea,

identificarea cauzelor specifice ale conflictelor oferă oportunitatea pentru intervenții eficiente și preventive. Managementul conflictelor este prezentat ca o abilitate crucială a liderilor organizaționali, care trebuie să adopte o abordare contextuală și să utilizeze diverse strategii în funcție de circumstanțe. Stilurile de gestionare a conflictelor, de la evitare la colaborare, oferă o paletă de opțiuni, iar alegerea potrivită depinde de situație. În final, gestionarea eficientă a conflictelor contribuie la crearea unui mediu de lucru sănătos și la promovarea relațiilor constructive în interiorul organizației.

Referințe bibliografice:

- [1]. STANCIU, S., *Managementul resurselor umane*, București, 2001.
- [2]. GORDON, J., MONDY, R. W., SHARPLIN, A., & PREMEAUX, S., R., *Management and organizational behavior*. New York: Simon & Schuster, 1990.
- [3]. HOROWITZ, A., JACOBSON, D., LASSWELL, M., & THOMAS, O., *101 dumbest moments in business*. Business 2.0, 2006.
- [4]. HOWAT, G., & LONDON, M., *Attributions of conflict management strategies in supervisor-subordinate dyads*, *Journal of Applied Psychology*, 1980.

IMPORTANȚA DEZVOLTĂRII ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII PENTRU CREȘTEREA ECONOMIEI NAȚIONALE

ILCIUC Cătălina¹ dr. în șt. ec., grad didactic superior, **CUCIRENCO Tudor**² gr. PAA 2210G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 079505085, Email: **catalinailciuc218@gmail.com**

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 076005494, Email: **cucirencotudor231@gmail.com**

Abstract

SMEs represent an important factor in the development of the economy of the Republic of Moldova. After some research and analysis of the Moldovan economy during 2020, we came to the conclusion that compared to the previous year in 2022 there is an increase in the number of small and medium-sized enterprises, respectively an increase in the income brought to the state treasury. The main activity of SMEs in 2022 was trade, agriculture, forestry and fishing.

Cuvinte cheie: *Întreprinderi mici și mijlocii, programe IMM, economie de piață, dezvoltare, indicatori.*

În prezent nu există țară cu economie de piață în care n-ar exista întreprinderi mici și mijlocii (în continuare IMM). Sectorul IMM, supranumit și „coloană vertebrală a economiei”, deține un rol important în dezvoltarea unei economii naționale, contribuind nemijlocit la formarea Produsului Intern Brut și crearea noilor locuri de muncă, stimularea concurenței, creșterea exporturilor, favorizarea inovațiilor și tehnologiilor. În comparație cu întreprinderile mari, IMM sunt mai flexibile, reacționează mai operativ la schimbările mediului de afaceri și la cerințele pieței. De aceea, investițiile făcute în sectorul dat aduc venituri mai mari. Totodată, sectorul respectiv al economiei naționale oferă posibilități reale de a pune în aplicare aptitudinile creative ale întreprinzătorului și capacitatea de lider.

În primul rând este important să înțelegem ce sunt Întreprinderile Mici și Mijlocii în Republica Moldova. În prezent, IMM se delimitează după următoarele trei criterii:

- Numărul mediu de salariați;
- Cifra de afaceri;
- Activele totale.

În Republica Moldova conform Legii cu privire la întreprinderile mici și mijlocii nr. 179 din 21-07-2016, la sectorul IMM se includ totalitatea întreprinderilor micro, mici și mijlocii. Acestea se delimitează în funcție de numărul mediu anual de salariați, de cifra anuală de afaceri sau de totalul activelor pe care le dețin și au fost clasificate în felul următor:

- a) întreprinderi micro – întreprinderi care au cel mult 9 salariați, realizează o cifră anuală de afaceri de până la 18 milioane de lei sau dețin active totale de până la 18 milioane de lei;
- b) întreprinderi mici – întreprinderi care au cel mult 49 de salariați, realizează o cifră anuală de afaceri de până la 50 de milioane de lei sau dețin active totale de până la 50 de milioane de lei;
- c) întreprinderi mijlocii – întreprinderi care au cel mult 249 de salariați, realizează o cifră anuală de afaceri de până la 100 de milioane de lei sau dețin active totale de până la 100 de milioane de lei.

Aceste sunt companiile care au un număr total de salariați ce nu depășește cifra de 249, și realizează o cifră anuală de afaceri de până la 50 de milioane de lei sau dețin active totale de până la 50 de milioane de lei.

Pentru a realiza cât de importante sunt ÎMM pentru Republica Moldova vom analiza graficele și tabelele cu referire la cifrele de afacere și activitatea economică a acestora pentru anul 2022.

Biroul Național de Statistică comunică că, în anul 2022:

- întreprinderile mici și mijlocii (ÎMM) au constituit circa 99,2% din numărul total al întreprinderilor raportate (față de 99,1% în anul 2021);
- numărul mediu al salariaților în ÎMM a constituit 347,3 mii, deținând 65,6% din total numărul mediu de salariați al întreprinderilor (în comparație cu 64,2% în anul 2021);
- veniturile din vânzări ale ÎMM au însumat 274,8 mild. lei sau 44,9% din venituri din vânzări în total pe economie (comparativ cu 46,1% în anul 2021).

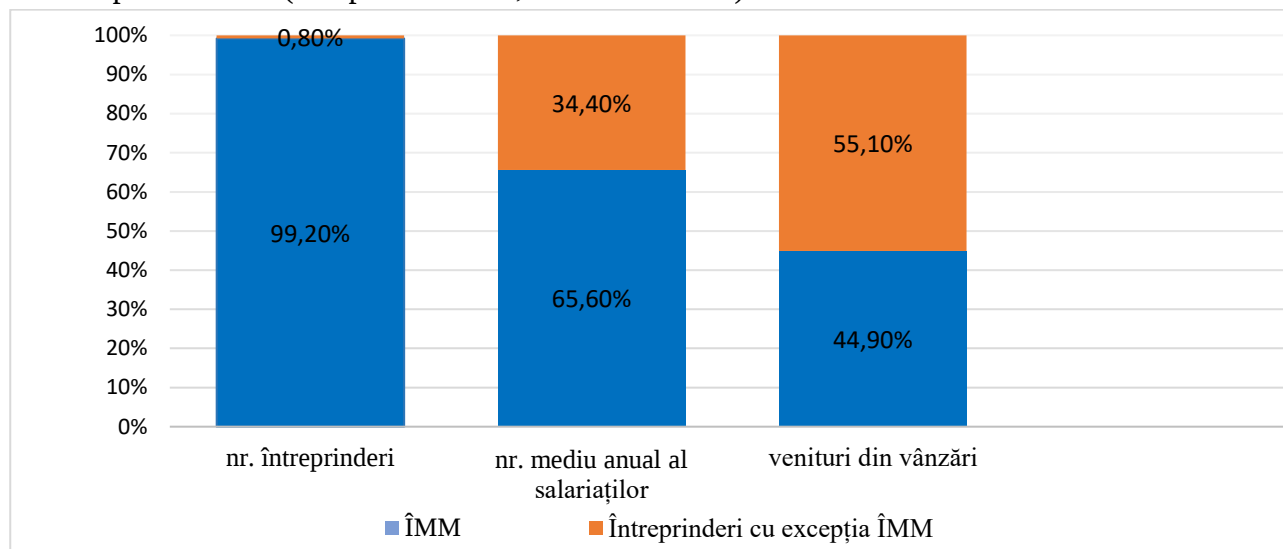


Figura 1. Ponderea întreprinderilor ÎMM în totalul întreprinderilor raportate în anul 2022 pe principalii indicatori [5]

Analiza indicatorilor ÎMM indică că în anul 2022 reflectate în figura 1: veniturile din vânzări în medie pe o întreprindere au constituit 4,4 mil. lei, cu 658,3 mii lei (sau 17,5%) mai mult față de anul 2021; veniturile din vânzări ale ÎMM în medie pe un salariat au constituit 791,3 mii lei, cu 133,5 mii lei (sau 20,3%) mai mult față de anul 2021; numărul de salariați în medie pe o întreprindere în anul 2022 și 2021 a constituit 6 persoane.

În același timp, datele mai arată că în anul 2022 partea preponderentă a ÎMM și-au desfășurat activitatea în domeniul comerțului, constituind 21,1 mii întreprinderi, sau 34,0% din totalul ÎMM. În agricultură, silvicultură și pescuit au activat 5,4 mii de ÎMM sau 8,8% din totalul ÎMM, în industria prelucrătoare au activat 5,1 mii de ÎMM sau 8,0% din totalul ÎMM.

Suma profitului până la impozitare obținut de ÎMM în anul 2022 a constituit 27 088,8 mil. lei, cu 2 391,7 mil. lei (sau cu 9,7%) mai mult față de anul 2021. Iar după un calcul simplu efectuat, ajungem la concluzia ca impozitul pe venit care a fost perceput de la ÎMM este de 3 250 656 000 lei. Impozitul total pe venit colectat de la persoanele juridice pentru anul 2022 este de 6 446 500 000, cifră care reprezintă aproximativ dublul sumei impozitate de la persoanele juridice.

Din aceste date colectate pe parcursul anului 2022 și în urma sistematizării lor ne putem da seama ca aportul întreprinderilor mici și mijlocii la bugetul de stat este destul de mare, pe lângă faptul ca de la acestea sunt colectate impozite pe venit, mai este perceput și impozit de la angajații acesteia, după cum se vede mai jos în figura 2.

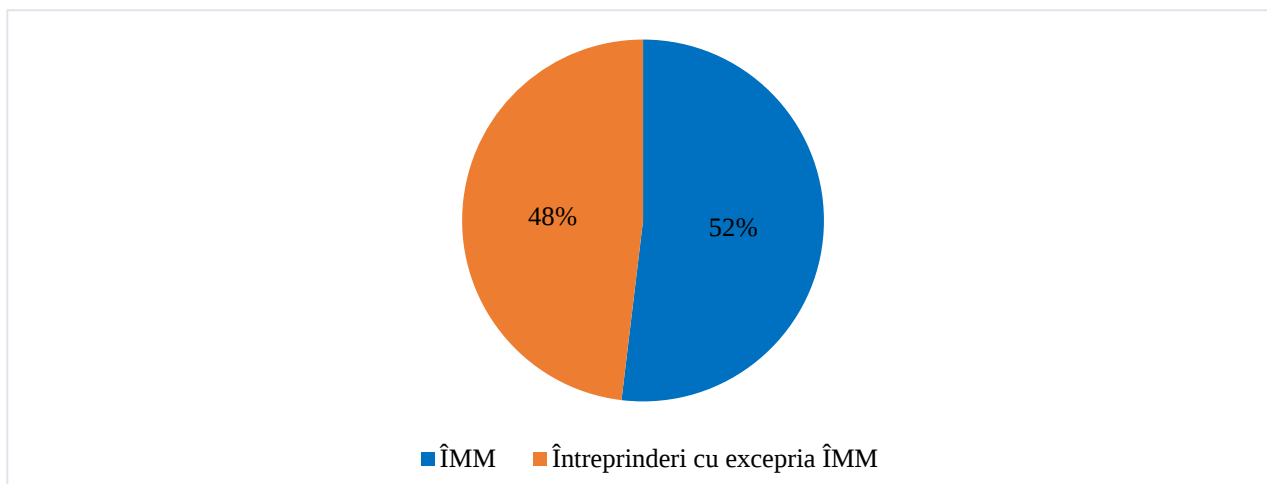


Figura 2. Impozitul pe venit adus în bugetul țării de întreprinderi în anul 2022 [5]

În urma analizării acestor date am concluzionat că ÎMM au un aport foarte mare la bugetul de stat din această cauză, aceste nișe de piață trebuie susținute și implementate programe ample de promovare a ÎMM. Un element de bază al succesului în afaceri îl reprezintă, accesul la informație. Or, numai un antreprenor informat este prosper.

În Republica Moldova sunt mai multe organizații care au misiunea de a susține dezvoltarea mediului antreprenorial autohton, inclusiv a întreprinderilor mici și mijlocii, prin promovarea culturii antreprenoriale, acordarea asistenței financiare și tehnice pentru companii.

Una din ele este Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (ODA), care este o instituție publică din subordinea Ministerului Economiei și contribuie la implementarea programelor cum ar fi „PARE 1+2”, „START pentru TINERI”, „Programul de creștere a competitivității ÎMM și internaționalizarea acestora”, „Programului de retehnologizare și eficiență energetică a ÎMM” ș. a. Antreprenorii care doresc să-și înființeze sau să-și dezvolte afacerea se pot baza pe acordarea de subvenții și împrumuturi nerambursabile pentru buna dezvoltare a întreprinderilor aplicând la programele respective. Cu toate acestea, aceste programe sunt adesea dificil de accesat. Cererea de fonduri este mare, iar procesul de aplicare este complex și birocratic. Acest lucru poate descuraja pe mulți antreprenori să participe la aceste programe.

O modalitate de a simplifica procesul de aplicare la programele de sprijin pentru ÎMM este de a centraliza procesul. Acest lucru ar însemna ca toate programele să fie administrate de o singură instituție, care ar simplifica procesul de aplicare și ar reduce birocrăția.

În afară de programele de subvenții și împrumuturi nerambursabile, care sunt deja implementate în Moldova, ar putea fi create și alte programe de sprijin pentru ÎMM. Aceste programe ar putea fi mai eficiente dacă statul ar lua cea mai mare contribuție. Iar măsurile ce pot fi luate sunt reducerea impozitelor pentru ÎMM. Care ar avea o mulțime de avantaje, cum ar fii: ar reduce costurile de operare ale ÎMM, ceea ce le-ar face mai competitive, ar oferi antreprenorilor începători mai mult timp pentru a-și construi afacerea fără a fi nevoiți să se îngrijoreze de achitarea taxelor și impozitelor și fără a fi presați de către Serviciul Fiscal de Stat.

O altă modalitate de a ajuta ÎMM este de a le crea condiții propice pentru exportul de produse peste hotare, deoarece la moment extinderea peste hotare este destul de anevoioasă și se efectuează destul de greu, este de dorit din partea statului și a ministerului afacerilor externe să creeze programe de sponsorizare, să încheie acorduri de asociere cu alte state, care ar fi bucurătoare să aibă legături comerciale cu Moldova și să adopte legi care ar scădea impozitul pentru produsele exportate peste

hotare. Țara noastră este una agrar-industrială, iar pentru a ne valorifica culturile agricole Moldova are nevoie de irigare. Acesta este la fel un mod foarte bun prin care statul poate ajuta IMM, și anume să susțină construirea unui sistem de irigare bine pus la punct. Se tot vorbește despre cele două mari râuri ale Moldovei, Prut și Nistru, însă acestea tot nu pot asigura necesitatea populației, de aceea este nevoie de întreprins și alte măsuri.

Tot mai frecvent calitatea educației forței de muncă este enunțată în diverse contexte, în rapoarte și studii realizate de partenerii de dezvoltare, societatea civilă drept o constrângere pentru atragerea investițiilor, pentru asigurarea unei noi calități a dezvoltării economice. Datorită proceselor de emigrare a forței calificate de muncă, Republica Moldova se confruntă cu o micșorare a forței de muncă calificată. Calificările devin tot mai importante pentru Moldova odată cu îmbătrânirea rapidă a populației. Totodată, orientarea slabă a IMM-urilor pe piața de training și lipsa unui sistem informațional unic privind ofertele de instruire și costurile acestora, precum și a mediatizării valorii adăugate în urma investițiilor în capitalul uman, rămâne a fi un impediment în dezvoltarea IMM-urilor.

Concluzii.

Sectorul IMM are un rol important în asigurarea dezvoltării economice, stabilității ei, creșterii mobilității și adaptabilității economiei naționale la condițiile schimbătoare de ordin intern și extern. El reprezintă un factor de diversificare a economiei. Prezența unui sector IMM bine dezvoltat în cadrul economiei este deosebit de important în condițiile reformării structurale a economiei și creșterii șomajului, fenomene ce însoțesc acest proces.

În țările dezvoltate din punct de vedere economic, sectorul IMM este considerat promotor al dezvoltării economice grație avantajelor pe care le oferă, el demonstrează o dezvoltare accelerată mai ales în domeniul serviciilor și a producerii mărfurilor de larg consum. IMM-urile sunt mai flexibile și reacționează mai rapid la schimbările mediului de afaceri și la cerințele pieței. Din acest considerent investițiile în IMM aduc venituri mai mari decât investițiile în întreprinderi mari. De altfel, acestea din urmă beneficiază din plin de serviciile IMM și într-un fel sunt dependente de ele. IMM sunt orientate spre satisfacerea necesităților pieței locale și utilizează resursele și forța de muncă locală, având o contribuție substanțială în soluționarea problemelor sociale.

Referințe bibliografice:

- [1]. Legea nr. 179 din 21-07-2016 cu privire la întreprinderile mici și mijlocii cu modificările ulterioare.
- [2]. Armeanic A., Mîtcu S., Bujor O., *Enciclopedia de economie și drept economic*, Chișinău, Tipografia Centrală, 2021, 90p.
- [3]. Lungu C., ș.a., *Economie aplicată*, Chișinău, Garomont-Studio, 2020, 214 p.
- [4]. Șuleanschi S., *Aspecte ale dezvoltării micului business în Republica Moldova*, Economie și finanțe, Chișinău, 2001, nr. 5, p. 26–31.
- [5]. Date statistice privind activitatea întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova www.statistica.md.
- [6]. <https://www.undp.org/ro/moldova>
- [7]. <https://www.oda.md/ro/>

DIGITALIZAREA SERVICIILOR BANCARE ȘI REPERCURSIUNEA ACESTORA ASUPRA SOCIETĂȚII

Marina IOVU- CARAUȘ¹, grad didactic superior, **Iulian BOTNARU²** gr. CON-203

¹Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Petru Rareș str., MD-2005, Republica Moldova, Tel: +37369337551; Email: iovucarausmarina@gmail.com

²Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Petru Rareș str., MD-2005, Republica Moldova, Tel: +37367231089; Email: botnaru.iulian@icloud.com

Abstract

The banking sector has been significantly transformed by digital advancements. Over time, banks have restructured their services, moving away from physical branches where most transactions used to take place. With the internet's arrival, banks recognized the vast possibilities of online banking. Customers can now manage their finances in various ways, but this change has brought forth new responsibilities and challenges.

These institutions have constructed teams of developers, invested in fintech start-ups, and cultivated their own digital solutions to remain pertinent in the swiftly changing financial environment. The digital transformation has pledged financial integration, simplified communication between public administration and taxpayers, and enhanced tax collection.

Cuvinte cheie: digitalizare, servicii bancare, banca online, mobile banking, fintech, criptomonede, administrare eficientă.

Sistemul socio-economic al unui stat este strâns legat de nivelul digitalizării, or, economia digitală este considerată a fi a patra revoluție industrială. Aceasta se caracterizată prin capacitatea de a transforma economii, locuri de muncă și chiar societatea în ansamblu, prin introducerea de noi tehnologii și procese. Tehnologiile digitale sunt un element important, o parte integrantă a economiei globale, care sporește mobilitatea resurselor financiare, oportunitățile de finanțare, crescând în același timp riscurile globale.

Industria bancară a experimentat o transformare masivă odată cu avansarea digitalizării. De la primele automate bancare (ATM) până la platformele online sofisticate de astăzi, evoluția este remarcabilă și vizibilă. În anii '60, au apărut primele terminale electronice, deschizând calea pentru serviciile bancare informatizate.

Primul automat bancar (ATM) a fost instalat de Barclays Bank în Londra, Regatul Unit, pe data de 27 iunie 1967. Acesta a fost primul ATM funcțional din lume. Aparatul a fost cunoscut sub numele de "Barclays Cash Machine," și a fost amplasat în sucursala băncii din Enfield, Londra. Această inovație a revoluționat modul în care oamenii au accesat banii, permițându-le să efectueze retrageri de numerar fără a mai fi nevoie să intre într-o sucursală bancară sau să interacționeze cu personalul băncii. De atunci, rețelele de ATM-uri s-au extins la nivel global, devenind o parte esențială a serviciilor bancare și financiare moderne.

Cu trecerea timpului, băncile au început să își restructureze serviciile. În trecut, majoritatea tranzacțiilor bancare erau efectuate la sucursalele fizice. Cu toate acestea, odată cu apariția internetului, băncile au realizat potențialul enorm al serviciilor bancare online. Prima bancă care și-a creat o aplicație de mobile banking a fost "CitiBank." Această bancă a lansat prima sa aplicație mobilă pentru clienți în anul 2000, deschizând astfel drumul pentru alte instituții financiare să urmeze exemplul și să dezvolte propriile aplicații de mobile banking. Cu această inovație, clienții puteau

verifica soldurile, efectua transferuri și avea acces la serviciile lor bancare direct de pe telefoanele mobile, fără a mai fi nevoie să se deplaseze la o sucursală fizică.

Pe măsură ce industria bancară se adaptează la era digitală, trebuie punctat și faptul că această schimbare nu este doar o evoluție, ci și o revoluție. Clienții au posibilitatea de a-și gestiona finanțele în diverse moduri, dar o astfel de schimbare vine cu responsabilități noi și provocări.

O parte esențială a digitalizării în industria bancară este reglementarea și conformitatea. Guvernele și autoritățile au impus reglementări stricte pentru a asigura integritatea și securitatea sistemului financiar. Un exemplu notabil este Regulamentul General privind Protecția Datelor (GDPR), care stabilește standarde ridicate pentru protecția datelor personale ale utilizatorilor. În plus, instituțiile financiare sunt obligate să respecte cerințele KYC (Know Your Customer) care contribuie la sporirea digitalizării și permite identificarea de către bănci a identității unui client, și AML (Anti - Money Laundering) pentru a preveni spălarea de bani și fraudarea. Aceste reglementări diferă de la o țară la alta, dar toate au același scop de a preveni criminalitatea financiară.

În timp se conturează tendința băncilor tradiționale de a se implica activ în inovație și dezvoltare tehnologică. Astfel, aceste instituții au format echipe de dezvoltatori, au investit în start-up-uri fintech și au dezvoltat propriile soluții digitale pentru a rămâne relevante în peisajul financiar în schimbare rapidă.

Astăzi, conceptele precum banca online și mobile banking au devenit normă. Aceste evoluții au transformat industria bancară, aducând beneficii semnificative atât băncilor, cât și consumatorilor. Utilizarea aplicațiilor mobile banking aduce numeroase beneficii pentru consumatori, printre care putem enumera:

- **Conveniență:** cu aplicațiile mobile banking, clienții pot accesa conturile lor bancare și pot efectua tranzacții oricând și oriunde, direct de pe telefoanele lor mobile.
- **Acces Rapid la Informații Financiare:** utilizatorii pot verifica soldurile conturilor, tranzacțiile recente și istoricul financiar cu doar câteva apăsări de buton ceea ce permite avizarea stării financiare în timp real.
- **Plăți Ușoare și Transferuri Rapide:** permite efectuarea plăților și transferurilor de bani rapid și ușor prin intermediul cărora utilizatorii pot achita facturi, transfera bani prietenilor sau familiei și efectua alte tranzacții financiare cu câteva atingeri pe ecran.
- **Economisire de Timp:** cozile interminabile de la bancă sau bancomat au fost înlocuite cu câteva clicuri accesând aplicațiile mobile banking.
- **Gestionarea Bugetului:** utilizatorii pot seta limite de cheltuieli, pot crea bugete personalizate și pot primi alerte atunci când se apropie de aceste limite.
- **Securitate îmbunătățită:** aplicațiile mobile banking sunt echipate cu măsuri de securitate avansate, cum ar fi autentificarea cu amprentă digitală, coduri PIN și autentificare cu doi factori.
- **Istoric Detaliat al Tranzacțiilor:** utilizatorii pot accesa un istoric detaliat al tranzacțiilor.
- **Disponibilitate Non-stop:** aplicațiile mobile banking sunt disponibile 24/7, 365 de zile pe an.
- **Ecologia:** folosirea aplicațiilor mobile banking reduce necesitatea utilizării hârtiei pentru extrase de cont sau documente bancare, contribuind astfel la protecția mediului înconjurător.

Digitalizarea a adus cu ea promisiunea incluziunii financiare. Mai multe persoane din regiuni îndepărtate sau din țările în curs de dezvoltare au acces la servicii bancare, ceea ce le permite să economisească, să obțină credite și să investească în moduri pe care nu le-au avut anterior.

Sistemul bancar din Republica Moldova a demarat în ultimii ani un proces amplu de automatizare a instituțiilor, fapt care le-a permis optimizarea proceselor operaționale, servicii moderne pentru clienți și creștere pe piață. În cadrul procesului de digitalizare a activităților bancare, posibilitatea de a găsi și implementa soluții digitale au dus la cercetarea profundă a clienților și necesitățile acestora,

promovarea eficiență a produselor și serviciilor, diminuarea costurilor, reducerea sarcinilor manuale, a erorilor, a timpului alocat, crescând viteza și precizia. În rezultat, instituțiile financiare sunt tot mai interesate de a investi în tehnologii și digitalizare întrucât automatizarea optimizează întregul business. Fintech-urile, adică start-up-urile din industria financiară și tehnologică, au schimbat fundamental modul în care industria bancară funcționează. Aceste companii inovatoare au introdus soluții financiare digitale care au revoluționat serviciile bancare. Un exemplu notabil este apariția aplicațiilor de gestionare a finanțelor personale, cum ar fi Revolut sau Mint. Aceste aplicații permit utilizatorilor să-și monitorizeze cheltuielile, să economisească și să investească cu ușurință. Astfel, fintech-urile au creat o concurență sănătoasă în industria bancară, forțând băncile tradiționale să inoveze și să ofere servicii mai bune.

Revolut este o fintech inovativă și bancă digitală care oferă o serie de servicii financiare, în principal prin intermediul unei aplicații mobile. Fondată în 2015 de Nikolay Storonsky și Vlad Yatsenko, compania s-a remarcat pentru inovațiile sale în domeniul serviciilor bancare și a schimbat modul în care oamenii interacționează cu banii lor. Funcționalitatea Revolut este orientată către:

- **Cont Bancar Digital:** Revolut permite crearea unui cont bancar digital direct de pe telefonul mobil ce autorizează depunerea și achitarea banilor în diverse monede.
- **Carduri de Debit:** utilizatorii primesc un card de debit Revolut în diverse valute și poate fi folosit la nivel global pentru a efectua plăți și retrageri de numerar.
- **Schimb Valutar Fără Comisioane:** considerat unul dintre punctele forte ale Revolut, ce oferă posibilitatea de a schimba valutele la rate de schimb interbancare fără comisioane ascunse.
- **Conturi în Diverse Valute:** Revolut permite deținerea conturilor bancare în mai multe valute sub același cont principal, ceea ce face gestionarea banilor în mai multe țări mult mai ușoară.
- **Transferuri Internaționale:** se permite utilizatorilor efectuarea transferurilor internaționale la costuri reduse folosind aplicația Revolut.
- **Securitate Avansată:** Revolut pune un mare accent pe securitatea conturilor. Aplicația oferă opțiuni pentru blocarea și deblocarea cardurilor, autentificarea cu amprentă digitală sau recunoașterea facială și capacitatea de a bloca cardul în timp real în caz de pierdere sau furt.

Băncile tradiționale au fost nevoite să se adapteze la noile cerințe ale pieței. Multe dintre ele au început să colaboreze cu fintech-urile sau să dezvolte propriile soluții digitale pentru a rămâne competitive. Unii actori tradiționali au lansat platforme online de gestionare a investițiilor sau au implementat plăți mobile pentru a răspunde cerințelor clienților lor. Această coexistență între băncile comerciale și fintech-uri aduce beneficii semnificative pentru consumatori, oferindu-le servicii mai diverse și mai avantajoase.

Pentru a-și gestiona afacerile în mod eficient, unii antreprenori utilizează în activitatea sa online banking-ul. Prin intermediul acestuia, tinerii antreprenori pot urmări cu ușurință tranzacțiile de pe conturile lor de afaceri, să configureze plăți automate pentru facturi și salarii. Acest lucru economisește timp și asigură că plățile sunt efectuate la timp. Online banking-ul permite gestionarea eficientă de către antreprenor atât a conturilor personale cât și a celor de afaceri într-un singur loc, ceea ce simplifică administrarea finanțelor personale și de afaceri. Întrucât această platformă oferă analize și rapoarte detaliate asupra activității financiare desfășurate, administratorii pot lua decizii bine informate și dezvolta strategii financiare mai bune.

Fintech-urile au jucat un rol semnificativ în extinderea accesului la servicii financiare. De exemplu, platformele de împrumut online permit microîntreprinderilor și antreprenorilor să obțină finanțare fără a se baza pe bănci tradiționale ci accesând sistemul automatizat de deservire bancară la distanță de tip Mobile Banking. Prin intermediul acestuia, clientul, de la un telefon mobil de tip smartphone

sau tabletă conectat la rețeaua Internet, poate efectua tranzacții, vizualiza situația disponibilităților, graficul de rambursare a ratelor lunare la credit. Acest lucru contribuie la reducerea decalajelor economice și la creșterea economică în regiunile mai puțin dezvoltate.

Un exemplu determinant al modului în care digitalizarea a avut un impact semnificativ este utilizarea criptomonedelor, precum Bitcoin, care a apărut ca o alternativă la monedele tradiționale. Ele oferă o formă de transfer de valoare descentralizat și anonim, care a captat atenția investitorilor și a persoanelor care doresc să evite intermediarii bancari. Cu toate acestea, această inovație a ridicat întrebări semnificative privind reglementarea și siguranța.

Digitizarea activității bancare poate genera beneficii adiacente economiilor naționale. Un beneficiu foarte important al digitalizării plăților este cel de reducere al evaziunii fiscale. Se înscrie o corelație directă a ponderii plăților electronice în economice și reducerea economiei gri.

Totuși, trebuie menționat că în această cursă către digitalizare, nu toți consumatorii au aceeași accesibilitate. Unele grupuri, în special în zonele rurale sau cu venituri scăzute, pot fi excluse din avantajele aduse de serviciile bancare digitale. Astfel, este esențial să se continue eforturile pentru a asigura că întreaga societate să beneficieze de această revoluție digitală.

Concluzii.

Putem concluziona că digitalizarea a transformat industria bancară într-un mod semnificativ, astfel se schimbă modul în care serviciile bancare ajung la public, crescând rapiditatea, accesibilitatea, simplitatea, autonomia. Cu toate beneficiile sale, se ridică încă provocări legate de securitate și reglementare, iar băncile se confruntă cu presiuni continue pentru a inova și a rămâne competitive. Totodată, schimbările aduse de digitalizare au făcut serviciile financiare mai accesibile, eficiente și sigure pentru consumatori din întreaga lume, fapt ce a condus la o administrare mai bună și mai eficientă, s-a simplificat interacțiunea dintre administrația publică și contribuabili, s-a îmbunătățit gradul de colectare a impozitelor și taxelor.

Referințe bibliografice:

- [1].Belciu Bogdan, Impactul tehnologiei asupra băncilor: modele bancare inovative.
<https://www.linkedin.com/pulse/impactul-tehnologiei-asupra-bancilor-modele-bancare-inovative>
- [2]. Mihail Gîrlea, Digitalizarea instituțiilor financiar bancare factor determinant pentru dezvoltarea modelelor de business bancar, Universitatea de Stat din Moldova
https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/366-374_0.pdf
- [3].<https://www.bnm.md/ro/content/identificarea-la-distanta-clientilor-prevazuta-expres-de-lege-mai-multe-prevederi-aml>
- [4]. Dictionary of Finance, Investment, and Banking By E. Banks
<https://www.paperdue.com/topic/banking-system-essays>
- [5]. Chong, A.Y., Keng-Boon Ooi, Lin, B., & Tan, B. (2010). Online banking adoption: An empirical analysis. The International Journal of Bank Marketing, 28(4), 267-287
- [6]. FSB. (2012b). FSB Publishes Initial Integrated Set of Recommendations to Strengthen Oversight and Regulation of Shadow Banking. Taken from: http://www.financialstabilityboard.org/press/pr_121118.pdf
- [7]. <https://www.youtube.com/watch?v=kw0QVwt7LVI>
- [8].<https://www.thalesgroup.com/en/markets/digital-identity-and-security/banking-payment/issuance/id-verification/know-your-customer>

SPRIJINUL ȘI REZILIENȚA ANTREPRENORILOR MOLDOVENI ÎN ERA POST PANDEMICĂ

Ana VLEJU¹ grad didactic unu, Ana GHENCIU² gr.400

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Industria Ușoară din Chișinău, str.George Coșbuc 5, MD-2020, Republica Moldova, Tel:069740008, Email: hajdeuana@mail.ru

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Industria Ușoară din Chișinău, str.George Coșbuc 5, MD-2020, Republica Moldova, Tel: 078295383, Email:ghenciuana99@gmail.com

Abstract:

In the Republic of Moldova, small and medium-sized entrepreneurs managed to maintain and develop their businesses despite the devastating impact of the pandemic. The government provided financial support and assistance programs to support these businesses. Moldovan entrepreneurs have demonstrated remarkable resilience through adaptation, innovation and the transition to the online environment, and collaboration and strategic partnerships have contributed to their growth during this difficult time. These collective efforts show that Moldovan entrepreneurs have a crucial role in shaping the country's economic future in the post-pandemic era.

Cuvinte cheie:

Sprijin, reziliență, antreprenori, pandemie, economie, adaptare, digitalizare, inovație, parteneriate, comunitate, era post pandemică, supraviețuire economică, program de asistență, sustenabilitate, reziliență economică, resurse financiare.

Într-o lume în continuă schimbare și provocări fără precedent antreprenorii moldoveni și-au demonstrat reziliența și spiritul inovator adaptându-se rapid la noile condiții post pandemice cu un optimism remarcabil și determinare, ei se străduiesc să reconstruiască și să redefină economia țării. Pandemia a impus transformări majore în mediul de afaceri, obligând antreprenorii să-și reevalueze modelele de afaceri și să caute soluții inovatoare pentru a rămâne competitivi. În această perioadă sprijinul guvernamental și comunitar a fost vital. Antreprenorii mici și mijlocii care reprezintă coloana vertebrală a economiei au fost afectați puternic. Diverse programe de susținere și finanțare au fost lansate pentru a oferi resursele necesare antreprenorilor pentru a-și revitaliza afacerile. Multe afaceri au trecut rapid la mediul online, și-au extins gama de produse și servicii fie au dezvoltat parteneriate strategice pentru a-și menține veniturile și pentru a ajunge la noi piețe. Moldova are o comunitate antreprenorială diversificată și talentată, cu o gamă variată de industrii, de la tehnologie și inovație, până la în angribusiness și turism. Cu ajutorul acestor antreprenori dedicați și perseverenți țara se poate redresa economic și poate ajunge la noi culmi de dezvoltare. Un alt factor important în sprijinul antreprenorilor moldoveni în era post pandemică a fost sprijinul comunitar și colaborarea. Asociațiile de afaceri și organizațiile non-guvernamentale au jucat un rol cheie în furnizare de resurse, cunoștințe și conexiuni pentru antreprenori. Prin colaborare, aceștia au putut depăși mai ușor dificultățile și au avut o voce puternică pentru a influența politica economică. Un aspect esențial în sprijinirea antreprenorilor este promovarea spiritului antreprenorial și a inovației în rândul tinerilor și a celor interesați de a iniția propriile afaceri. În acest sens se poate observa un interes tot mai crescut pentru proiectele și inițiativele care susțin și încurajează dezvoltarea anteprenoriatului în Moldova.

Programe de Sprijin Guvernamental: Programul de Granturi pentru Redresarea Economică: Acest program oferă granturi pentru antreprenorii care au fost afectați de pandemie, ajutându-i să-și repornească afacerile sau să facă investiții pentru a se adapta la noile cerințe ale pieței. **Fondul pentru Stimularea Inovației și Tehnologiei:** Acest program sprijină dezvoltarea și adoptarea tehnologiilor inovatoare în afaceri, ajutând antreprenorii să-și îmbunătățească eficiența și să rămână competitivi.

Programul de Garanții de Credit: Acest program oferă garanții de credit pentru antreprenorii care doresc să obțină împrumuturi de la instituții financiare, facilitând accesul la resurse financiare cu costuri mai mici. **Asistența pentru Pregătire și Consultanță:** Prin intermediul acestui program, antreprenorii pot accesa servicii de consultanță și instruire pentru a-și dezvolta abilitățile de management și a-și gestiona mai eficient afacerile. **Proiectul de Digitalizare a Afacerilor:** Acest program sprijină antreprenorii în trecerea la mediul online și în dezvoltarea de prezențe digitale puternice, ajutându-i să atingă noi piețe și clienți. **Fondul pentru Dezvoltare Durabilă:** Acest program are ca scop sprijinirea afacerilor care adoptă practici durabile și ecologice, oferind granturi sau facilități fiscale pentru investiții în acest sens. **Inovație în Afaceri:** Antreprenorii moldoveni au fost obligați să caute soluții inovatoare pentru a-și adapta afacerile la noile condiții. Prin adopția tehnologiilor noi și găsirea de soluții inovatoare, aceștia au reușit să rămână competitivi și să-și dezvolte afacerile, dezvoltând magazine virtuale și platforme de vânzare online pentru a ajunge la clienți în mod eficient și sigur în timpul pandemiei. Dezvoltând magazine virtuale și platforme de vânzare online pentru a ajunge la clienți în mod eficient și sigur în timpul pandemiei. Antreprenorii moldoveni au dezvoltat produse și servicii adaptate la noile cerințe ale pieței, precum servicii de livrare la domiciliu sau pachete de telemedicină. **Impactul Tehnologiei:** Tehnologia și digitalizarea au fost esențiale pentru supraviețuirea multor afaceri. Trecerea la mediul online: Mulți antreprenori moldoveni au adoptat tehnologia pentru a-și extinde prezența online. De la dezvoltarea de site-uri web și magazine virtuale până la utilizarea platformelor de vânzare online, tehnologia a permis afacerilor să rămână conectate la clienți și să-și extindă baza de clienți. Telecomunicații și lucru de la distanță: Tehnologia a făcut posibilă continuarea operațiunilor de afaceri chiar și atunci când angajații lucrează de la distanță. Aplicații de comunicare și colaborare, precum Zoom, Microsoft Teams sau Slack, au facilitat interacțiunea între echipe și au asigurat continuitatea activităților. Automatizare și eficiență: Tehnologia a permis antreprenorilor să automatizeze procesele și să îmbunătățească eficiența operațiunilor. Sistemele de management al relațiilor cu clienții (CRM) și software-ul de gestionare a afacerilor au ajutat la optimizarea proceselor interne. Big Data și Analize: Utilizarea tehnologiei pentru a colecta și analiza datele a oferit antreprenorilor o înțelegere mai bună a comportamentului clienților și a tendințelor pieței, facilitând luarea deciziilor informate. Securitatea cibernetică: O preocupare majoră în mediul online este securitatea cibernetică. Antreprenorii au investit în tehnologii și practici de securitate pentru a-și proteja datele și operațiunile de potențiale amenințări. Impactul tehnologiei în era post pandemică a fost un motor de inovație și adaptare pentru antreprenorii moldoveni, oferindu-le oportunități de a-și dezvolta afacerile și de a rămâne rezistenți în fața schimbărilor economice. **Resiliență și Adaptare:** Reziliența în fața șocului economic: Antreprenorii moldoveni au arătat o remarcabilă reziliență în fața șocului economic cauzat de pandemie. Au reușit să se adapteze rapid la închiderea temporară a afacerilor și la schimbările bruște ale cererii de pe piață. Adaptarea la noile cerințe ale pieței: Antreprenorii s-au adaptat la noile cerințe ale pieței, dezvoltând produse și servicii care răspundeau nevoilor clienților în timpul pandemiei. De exemplu, unele afaceri au început să producă echipamente de protecție sau să ofere servicii de livrare la domiciliu. Trecerea la mediul online: În ciuda obstacolelor, multe afaceri au trecut rapid la mediul online pentru a continua să servească clienții și pentru a-și menține veniturile. Această adaptare la vânzarea online a fost vitală pentru multe afaceri. Inovație și creativitate: Antreprenorii moldoveni au fost creativi în găsirea de soluții pentru problemele generate de pandemie. Aceștia au dezvoltat soluții inovatoare și au adaptat modelele de afaceri pentru a face față noilor provocări. Colaborarea și parteneriatele: Antreprenorii au învățat să colaboreze între ei și cu alți parteneri, consolidând resursele și împărțind cunoștințe pentru a depăși dificultățile. Aceste parteneriate au fost un factor

cheie în sprijinirea reciprocă în perioada pandemiei. Reevaluarea strategiilor de afaceri: Antreprenorii au fost dispuși să reevalueze și să ajusteze strategiile de afaceri pe măsură ce situația se schimba. Această adaptabilitate a fost esențială pentru menținerea sustenabilității afacerilor.

Parteneriate și Colaborări: Parteneriate cu alte afaceri: Antreprenorii au dezvoltat parteneriate cu alte afaceri complementare pentru a-și extinde ofertele și pentru a ajunge la noi piețe. De exemplu, restaurantele s-au asociat cu furnizori locali pentru a oferi pachete de livrare, contribuind la menținerea afacerilor deschise. Colaborări între sectoare: Antreprenorii din diferite sectoare au colaborat pentru a găsi soluții inovatoare. De exemplu, industria alimentară a colaborat cu tehnologia pentru a dezvolta platforme de livrare online, asigurând astfel că produsele ajung la clienți în condiții de siguranță. Colaborare cu organizații neguvernamentale și guvernamentale: Antreprenorii au lucrat împreună cu organizațiile neguvernamentale și guvernul pentru a accesa programe de sprijin financiar și resurse de asistență. Aceste parteneriate au oferit acces la granturi și împrumuturi cu dobândă redusă. Colaborare în domeniul inovării și tehnologiei: Afacerile mici și mijlocii au colaborat cu start-up-uri tehnologice pentru a dezvolta soluții inovatoare care să răspundă nevoilor actuale ale pieței. Aceste colaborări au adus inovația în centrul strategiilor de afaceri. Colaborare în cadrul comunităților de afaceri: Asociațiile de afaceri și grupurile de lobby au adus antreprenorii la un loc pentru a discuta provocările comune și pentru a face presiune asupra guvernului pentru a obține sprijin. Acest tip de colaborare a consolidat vocea antreprenorilor.

Viitorul Afacerilor Moldovenești: Digitalizare în creștere: Digitalizarea va continua să fie o forță motrice în viitorul afacerilor moldovenești. Companiile vor continua să se adapteze mediului online și să dezvolte prezențe digitale puternice pentru a ajunge la noi clienți și pentru a-și crește veniturile. Inovare și tehnologie: Inovația va juca un rol crucial în viitorul afacerilor. Antreprenorii moldoveni vor căuta soluții inovatoare pentru a răspunde nevoilor pieței și pentru a se diferenția de concurență. Investițiile în tehnologie și dezvoltarea de produse sau servicii inovatoare vor fi esențiale. Sustenabilitate și responsabilitate socială: Se observă o creștere a interesului pentru practici durabile și responsabilitate socială. Afacerile moldovenești pot beneficia de adaptarea la această tendință, dezvoltând produse și servicii ecologice și implicându-se în proiecte sociale.

Concluzii:

Parteneriatele și colaborările vor rămâne un instrument esențial pentru succesul afacerilor. Antreprenorii moldoveni vor continua să lucreze împreună pentru a-și extinde rețelele, pentru a consolida resursele și pentru a găsi soluții comune la provocările pieței. Sprijin guvernamental și politici economice favorabile afacerilor: Guvernul ar trebui să continue să ofere sprijin financiar și să creeze politici favorabile pentru antreprenori, astfel încât să aibă resursele necesare pentru a-și dezvolta afacerile. Schimbări ale cererii și a comportamentului consumatorilor: Antreprenorii moldoveni trebuie să fie atenți la schimbările în cererea de pe piață și la comportamentul consumatorilor. Aceste schimbări pot oferi noi oportunități de piață și pot necesita ajustări ale strategiilor de afaceri. În ciuda provocărilor, viitorul afacerilor moldovenești poate fi unul promițător dacă antreprenorii continuă să fie flexibili, inovatori și se adaptează la cerințele unei lumi în schimbare. Cu sprijinul adecvat și cu abordarea potrivită, afacerile moldovenești pot contribui la dezvoltarea economică durabilă a țării.

Referințe bibliografice:

- [1]. <https://www.statistica.md/>
- [2]. <https://www.oda.md/ro/>
- [3]. <https://civic.md/>

ÎNTEPRINDERILE MICI ȘI MIJLOCII - CATALIZATORUL CREȘTERII ECONOMICE A BUGETULUI DE STAT

Tatiana LAȘCU ¹, Victoria CEBOTARI ²

¹Colegiul Internațional de Administrare și Business din Chișinău, Sarmizegetusa 48/8, Republica Moldova, Tel: +37379688328, Email: tanyamesina@yahoo.com

²Colegiul Internațional de Administrare și Business din Chișinău, Sarmizegetusa 48/8, Republica Moldova, Tel: +37361067870, Email: cebotarivi754@gmail.com

Abstract

Through this article I wanted to convey the importance, role and major effects of the development of small and medium enterprise sectors that they have in the Economy of a state. Since the contribution of businesses to the economy, they have significant high effects. And through their activity major changes also take place in a society, in a country where the economy is perhaps not so prosperous and flourishing. Every enterprise, regardless of its size, or the number of employees it has, and practices one or more of the 3 main activities, execution of works, manufacture of products or provision of services, obtains a certain financial result from the activity it carries out, the positive being the profit, and the negative being the loss. However, every business also pays certain fees or taxes to the necessary authorities. That is why, and not in vain, certain grants and subsidies from the state are offered to enterprises, as they too, after the prosperity of their activity, will lead to significant growth and the prosperity of the entire economy.

Cuvinte cheie: întreprinderile mici și mijlocii, economie, societate, întreprindere, rezultat financiar, prosperare, subvenții, creștere

La ziua de azi cred că nu există țară cu o economie de piață în care întreprinderile mici și mijlocii nu dețin un segment important de piață. Acestea fiind principalul catalizator al creșterii economice la bugetul unei țări, jucând un rol primordial într-o societate, cu o economie prosperă. La fel și în țara noastră cel mai mare rol, care își aduce aportul la dezvoltarea economiei țării îi revine anume sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii. Întrucât de-a lungul anilor, acest sector al Republicii Moldova a crescut atât din punct de vedere calitativ, cât și cantitativ.

În țara noastră, întreprinderile mici și mijlocii constituie o pondere esențială în numărul total al agenților economici prezenți pe piață, asigurând astfel ocuparea forței de muncă, un nivel modest de venit, saturarea pieței de mărfuri, și de asemenea acestui sector îi revine și un rol semnificativ de mare la crearea PIB-ului național. Pentru Republica Moldova IMM reprezintă sectorul cheie al economiei, care și-a început dezvoltarea acum 32 de ani în urmă, înregistrând evoluții ascendente și descendente influențate de diferiți factori. Datorită caracteristicilor sale specifice acestui sector, dispune de un șir de avantaje deoarece:

1. Reprezintă o forță cantitativă decisivă în economia țării;
2. Dispune de posibilități enorme de înglobare a unei game variate de produse și servicii;
3. Este foarte flexibil și ușor adaptabil la modificările conjuncturii pieței;
4. Reprezintă un generator de inovare și transfer tehnologic;
5. Contribuie semnificativ la formarea PIB și la creșterea economică, prin ocuparea deplină a forței de muncă și prevenirea inflației;
6. Este capabil să dezvolte și să încadreze o cotă mare de bunuri și servicii atât pe piețele locale cât și cele internaționale.

Oamenii fiind încadrați în sectorul muncii la rândul lor beneficiază de anumite indemnizații, salarii, prime care la fel din partea statului. Și întreaga activitate desfășurată de acest sector cu un rol

considerabil devine un întreg circuit imens care din nou și din nou se repetă, fiind precum un motor al unei țări cu o economie prosperă.

Politicile promovate în domeniul dezvoltării antreprenoriatului din țară, au condus la evoluția pozitivă a numărului de întreprinderi active, chiar dacă sectorul IMM continuă să se confrunte cu numeroase dificultăți de ordin financiar, legislativ, birocratic și altele. Din punct de vedere al distribuției teritoriale, ponderea IMM din totalul întreprinderilor rămâne a fi una decisivă și importantă pentru dezvoltarea social-economică a regiunilor. Situația dată indică asupra unor rezerve privind stimularea activității antreprenoriale din regiuni.

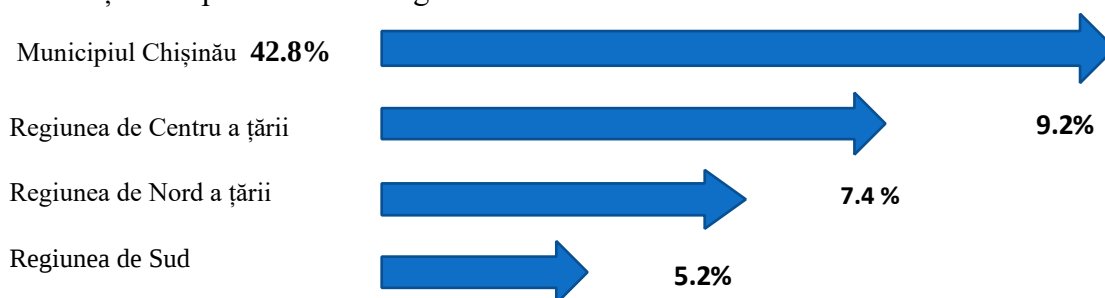


Figura 1. Ponderea Întreprinderilor Mici și Mijlocii pe regiunile țării

Cele mai relevante activități care ocupă mai multe sectoare de activitate ale întreprinderilor mici și mijlocii sunt cele destinate consumatorului în prim plan, precum și activitățile cu profituri foarte mari, care-și aduc aportul la economia țării prin impozitele și taxele impuse de stat și entitățile competente în acest domeniu precum Serviciul Fiscal de Stat și altele. Conform datelor statistice, sectorul IMM este în creștere, unele cifre fiind comparabile cu cele din UE, cum ar fi ponderea IMM-urilor în totalul întreprinderilor de 98.7% și ponderea angajaților în totalul angajaților de 60.7% (date pentru 2021).

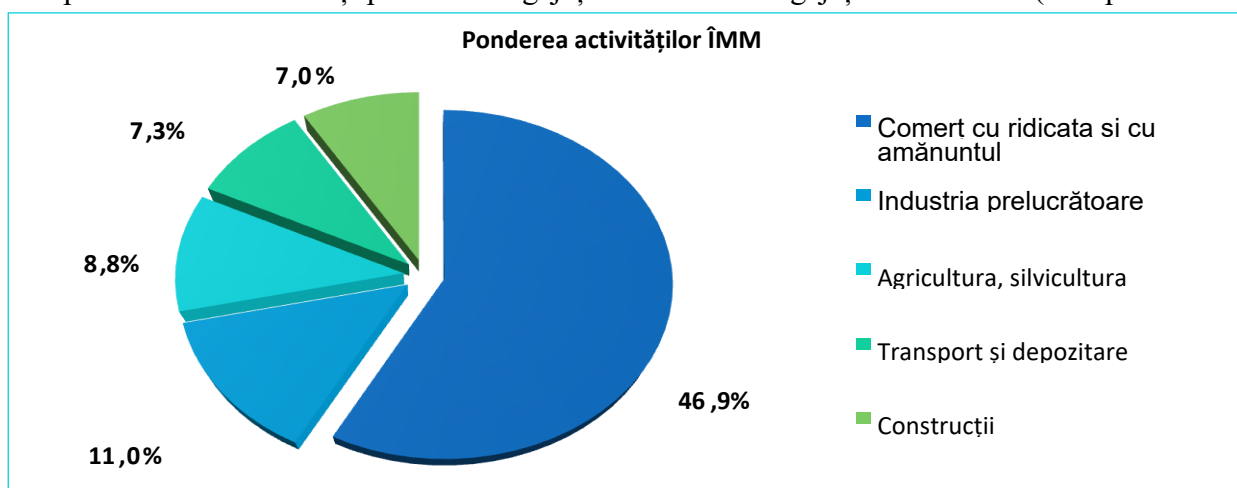


Figura 2. Cele mai importante sectoare de activitate ale Întreprinderilor Mici și Mijlocii

Conform prevederilor Codului Fiscal majoritatea domeniilor de activitate, ce își desfășoară activitatea pe teritoriul țării sunt obligate și achită anual anumite impozite la stat, devenind suport la bugetul statului prin intermediul organelor competente. Majoritatea întreprinderilor achită impozitul pe venit, impozitul pe bunuri imobiliare și taxa pe valoarea adăugată.

Astfel, subiecții regimului fiscal al agenților economici, subiecți ai sectorului întreprinderilor mici și mijlocii (SÎMM) achită impozitul pe venit în mărime de 4% din obiectul impunerii. Iar cota standard

a TVA (Taxei pe Valoare Adăugată) este de 20%. Această cotă aplicându-se la toate bunurile și serviciile produse în Moldova precum și la toate bunurile și serviciile importate, care sunt supuse plății taxei pe valoare adăugată.

Cu toate acestea sunt și anumite excepții și pentru unele întreprinderi cu un tip de activitate se aplică o cotă la valoarea adăugată în mărime de 12 și 8%. Ca spre exemplu la întreprinderile precum (Franzeleuța) cota pe valoarea adăugată este în mărime de 8 % întrucât întreprinderea se ocupă cu fabricarea pâinii și produselor de panificație. De asemenea această cotă de aceeași valoare se mai aplică și la întreprinderile care importă sau livrează anumite mărfuri pe teritoriul țării, sau la zahărul din sfeclă de zahăr, produs, importat și/sau livrat pe teritoriul Republicii Moldova, sau la gazele naturale și gazele lichefiate de la poziția tarifară 2711, atât la cele importate, cât și la cele livrate pe teritoriul Republicii Moldova, precum și la serviciile de transport și de distribuție a gazelor naturale.

Concluzii.

În concluzie aș putea menționa faptul că oricare ar fi cota de impozitare pe produse sau servicii, aportul întreprinderilor mici și mijlocii este considerabil și aduce nenumărate beneficii la bugetul de stat, indiferent de domeniul de activitate. Iar odată ce bugetul statului este bine satisfăcut, și nivelul de trai al populației devine mult mai ridicat și crește, scade rata inflației, crește rata de ocupare a forței de muncă, și se înregistrează nenumărate valori pozitive a PIB – ului, și a altor indicatori micro și macro economici. Comparativ și cu țările din Europa țara noastră înregistrează statistici destul de pozitive privind activitatea economică desfășurată la momentul actual, atingând chiar să exporte o cantitate foarte mare de produse și peste hotarele țării, și importând mai puține, astfel se poate observa aportul activității de ansamblu a Întreprinderilor la întreaga economie a țării, devenind mult mai dezvoltată și înfloritoare.



Figura 3. Reflectarea importului și exportului de produse al Republicii Moldova

Referințe bibliografice:

- [1]. Articolul 96 din Codul Fiscal
- [2]. statistica.gov.md
- [3]. https://utm.md/meridian/2010/MI_2_2010/2_Bocancea_L_Intreprinderile.pdf
- [4]. <https://sfs.md/ro>
- [5]. <https://www.contabilsef.md/tva-si-accize-pe-scurt-despre-masurile-de-politica-fiscala2021/>

IMPORTANȚA DIGITALIZĂRII ÎN CONTABILITATE

Inga LUCHIȚA ¹ dr., grad didactic unu, Felicia RODIDEAL ² gr. CON 2101G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 069092035, Email: iovu.inga@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 068079016, Email: frodideal@gmail.com

Abstract

Business activity involves, by its very nature, the production, collection and communication of various types of data and information. These are presented in various documents, which are mostly generated by the accounting department. The production of documents may be the result of entrepreneurial needs, representing a valid support for better management activity, or it may be expressly required by law or even to satisfy the needs of other interested parties. A very important characteristic of our era is certainly the accelerated evolution of the technological field, characterized by an avalanche of optimal solutions (computer programs) for the conduct of economic activity. It is difficult to imagine fields such as accounting, marketing or other analysis and evaluation activities without digital tools. Due to the large flow of data, it is imperative to find effective solutions for data collection and analysis, so that they generate reliable and credible information for all economic actors. This research aims to provide an overview of the evolution of accounting and the inclusion of this profession in the digital age.

Cuvinte cheie: contabilitate, digitalizare, software de contabilitate, inovare, educație contabilă, implimentări.

Tendențele în dezvoltarea economiei mondiale și prioritățile economiei naționale sunt asociate cu schimbări în tehnologiile digitale, a potențialului uman, și cu extinderea utilizării inteligenței artificiale. Scopul lucrării este de a analiza și evolua importanța digitalizării în domeniul contabilității. Circumstanțele pieței și evoluțiile sale pun accentul pe un management al controlului care trebuie să se adapteze la toate nevoile companiei. Managementul de vârf trebuie să aibă la dispoziție, într-un timp foarte scurt informații și date necesare pentru a analiza performanța companiei. Contabilitatea este cea care asigură celelalte părți ale companiei cu informații financiar-contabile. Datorită evoluției tehnologiilor, acest lucru este mult mai ușor și repede efectuat în orice moment. Contabilii sunt din ce în ce mai scufundați în logica pieței și în comparația cu noii concurenți cu referire la unele tipuri de servicii. Digitalizarea a deschis porțile către noi concurenți pe lângă cei care prezidă în mod natural și istoric unele activități tipice profesiei contabile și care, de fapt, sunt percepute acum ca amenințări reale. Desigur, tehnologia crește transparența informațiilor, dar pe de altă parte este incontestabil că facilitează dezintermedierea contabilului de către clienți și autoritățile fiscale. [1, accesat la 25.10.2023]

DIGITALIZAREA ÎN CADRUL DEPARTAMENTULUI CONTABIL – O NECESITATE

Sistemele informatice au evoluat extrem de rapid în zilele noastre, într-un timp relativ scurt. Datorită acestuia, companiile au operat la sisteme informatice, pentru ușurarea desfășurării activității lor. Datorită progresului tehnologic, contabilul și auditorul s-a adaptat rapid la alternativele tehnologice apărute în societate.

Trei din patru departamente contabile au început să utilizeze cel puțin o soluție tehnologică nouă, drept răspuns la pandemie. Având în vedere acest lucru, observăm că departamentele de contabilitate au identificat importanța, necesitatea și eficiența inteligenței artificiale. Dacă ar fi să analizăm tipurile de tehnologii care, în opinia contabililor, ar avea cel mai mare impact, acestea ar fi:

- inteligența artificială / AI / învățarea automatizată (58,6% respondenți);

- plățile în timp real (43,6% respondenți);
- automatizarea altor procese (53,8% respondenți). [2, accesat la 26.10.2023]

Digitalizarea proceselor contabile nu doar sporește nivelul de eficiență a departamentelor contabile, dar reduce și nivelul de stres al contabililor. Dacă până nu demult, aplicarea tehnologiilor în contabilitate era mai mult o opțiune, acum acest lucru devine, treptat, un must have. Mediul actual nu permite departamentelor contabile să-și desfășoare activitatea fără aplicarea tehnologiilor contemporane și fără acces la informații de la distanță. În acest sens digitalizarea contabilității oferă un șir de avantaje și soluții care contribuie la buna funcționare a celorlalte procese din cadrul companiei.

Disponibilitatea fizică a actelor a scăzut brusc, făcând destul de dificilă semnarea acestora în modul obișnuit. În aceste condiții, decisiv devine nivelul de digitalizare deja existentă în cadrul companiei sau capacitatea companiei de a digitaliza rapid procesele contabile.

Circulația și semnarea actelor la distanță în Republica Moldova se realizează prin intermediul platformelor guvernamentale (Tabelul 1).

Tabelul 1. Platforme guvernamentale de evidență a circuitului de acte și rapoarte

	Serviciul guvernamental integrat de semnătură electronică (MSign) este serviciu reutilizabil, furnizat la nivelul platformei tehnologice comune a Guvernului, care are drept scop de a oferi un mecanism integrator, securizat și flexibil, al diferitor soluții de aplicare și verificare a autenticității semnăturii electronice de către utilizatori.
 	Serviciul „Declarație electronică” reprezintă un instrument eficient de creare, verificare și transmitere a rapoartelor fiscale prin intermediul rețelei internet de către agenții economici. Sistemul informațional e-Factura este unul din serviciile electronice ale Serviciului Fiscal de Stat care are drept obiectiv primordial informatizarea procesului de circulație a documentelor între furnizorii și beneficiarii facturilor.
	Achitarea și evidența plăților la bugetul public național prin sistemul trezorerial al Ministerului Finanțelor.
	Serviciu asigură informarea persoanelor angajate privind codul CPAS atribuit, contribui la eficientizarea lucrului contabililor în procesul de raportare.
	Este o platformă de organizare online a licitațiilor publice și private. Oferă posibilitatea de a participa la achiziții publice și private a instituțiilor de stat și a furnizorilor.

Facilitățile enumerate mai sus erau puse la dispoziția antreprenorilor și până la lansarea situației pandemice. Totodată, importanța și necesitatea lor s-a evidențiat într-un mod special în circumstanțele actuale. Datorită sistemelor de semnare acte, circulație acte și raportare online, entitățile au reușit să se adapteze măsurilor impuse de pandemie. Circulația și semnarea actelor nu a stagnat odată cu distanțarea socială, iar aceasta este o condiție vitală pentru desfășurarea neîntreruptă a activităților economice.

Cele mai folosite programe informatice de către contabilii din Republica Moldova sunt:

- 1C
- WIZCOUNT
- UNA.md

Detalii despre aceste programe informatice sunt prezentate în Tabelul 2.

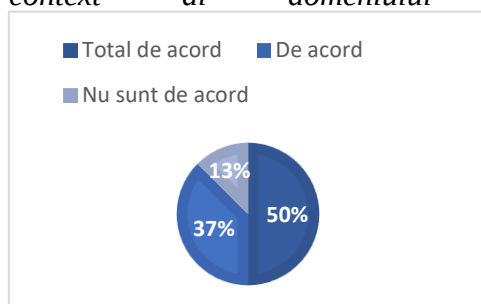
Tabelul 2. Programe informatice folosite în contabilitate în Republica Moldova

		
Este un asistent în sistematizarea evidenței contabile, inclusiv în pregătirea rapoartelor reglementate, pentru organizațiile din orice domeniu de activitate care aplică planul de conturi, care corespunde Ordinului Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova "Cu privire la aprobarea planului general de conturi al evidenței contabile" nr. 119 din 6 august 2013.	Softul de contabilitate WizCount a fost creat pentru managerii de IMM-uri care au nevoie de informații financiar-contabile sigure și corecte fără a investi în numeroase soluții software costisitoare. Acest soft pentru contabilitate este însă mai mult decât un software financiar contabil, ci o platforma integrată pentru: managementul fluxurilor financiare ale companiei, analiză bugetelor și optimizarea costurilor.	În centrul sistemului se află principiul automatizării întregului flux de lucru, nu doar a contabilității. De fapt, acesta este exact sistemul de contabilitate și management, astfel încât să poată fi urmărite cu ușurință mișcările de bunuri, transporturi, datorii, solduri, costuri, vânzări și producție. Înregistrările contabile sunt generate automat pe baza operațiunilor economice înregistrate în sistem.

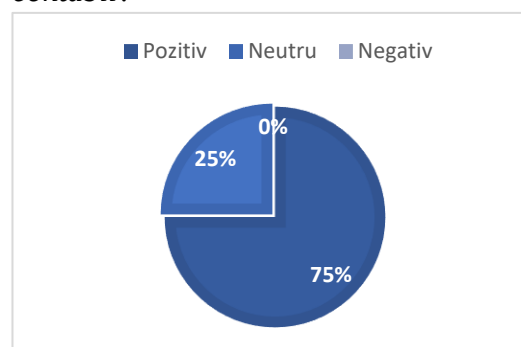
SONDAJ DESPRE INTEGAREA TEHNOLOGIEI ÎN EDUCAȚIE ÎN DOMENIUL CONTABILITĂȚII

În sondajul organizat vom analiza răspunsurile a 55 de lucrători în domeniul contabilității din Republica Moldova, în mediul online, cu scopul de a observa impactul tehnologiei în contabilitate și cât de eficientă este educația în Republica Moldova în dezvoltarea corectă a studenților pentru a se integra pe piața de muncă.

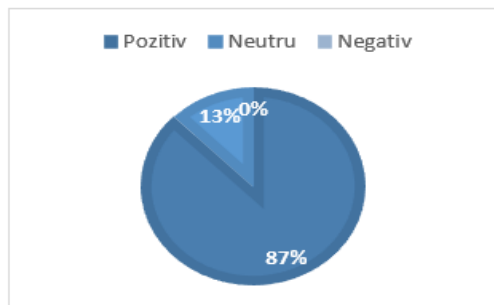
1. *Considerați că educația în domeniul contabilității ar trebui să sufere o serie de modificări astfel încât să răspundă schimbărilor care au loc în actualul context al domeniului IT?*



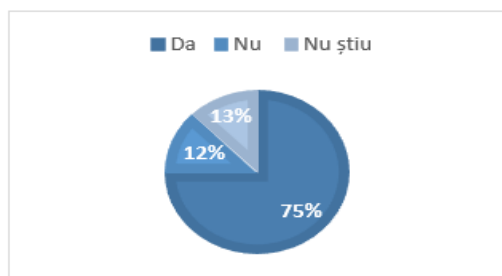
2. *Cum apreciați implementarea noilor tehnologii informaționale în cadrul sistemului educațional din domeniul contabil?*



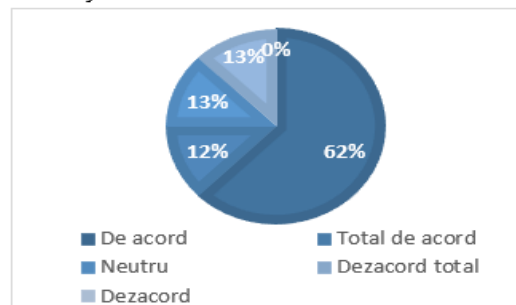
3. Cum apreciați impactul digitalizării asupra evoluției profesiei contabile din Moldova?



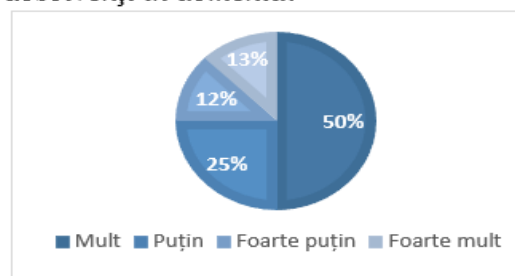
4. Considerați ca fiind recomandată conectarea sistemului educațional în domeniul contabilității cu digitalizarea profesiei contabile?



5. Cum apreciați implementarea tehnologiei platformelor în sistemul de educație?



6. În viziunea dumneavoastră, sistemul de educație în domeniul contabil răspunde cerințelor profesionale astfel încât să faciliteze inserția pe piața muncii a tinerilor absolvenți în domeniu?



În urma acestui sondaj putem observa faptul că tehnologia contabilă trebuie inclusă în procesul educațional respectând toate cerințele de pe piață pentru a se putea implica absolvenții mai ușor în procesul de lucru. Prin această metodă, vor putea dezvolta strategiile unor entități care nu au atins acest punct al dezvoltării tehnologice în domeniul contabilității.

Concluzii.

În ultimii ani, datorită schimbării tehnologice, în lume, s-au produs mari schimbări, în special în contabilitate, care datorită digitalizării poate prezenta diverse rapoarte pentru luarea deciziilor manageriale. Pentru profesioniștii contabili nu mai este suficient să cunoască doar tehnicile contabile ci trebuie să posede cunoștințe și în domeniul noilor tehnologii care duc la obținerea de avantaje în entitățile unde le implementează. Introducerea noilor tehnologii contabile în sistemul de învățământ va rezulta integrarea mai ușoară a absolvenților pe piața muncii și îmbunătățirea performanței în afaceri.

Referințe bibliografice:

- [1]. Digitalizarea în cadrul departamentului contabil – o necesitate. <https://dad.md/dad-accountant/digitalizarea-contabilitate/>
- [2]. Digitalizarea proceselor interne în cadrul afacerilor – un imperativ în transformarea digitală <https://www.contabilsef.md/digitalizarea-proceselor-interne-in-cadrul-afacerilor-un-imperativ-in-transformarea-digitala/>
- [3]. Platformul UNA.md <http://unisim-soft.una.md/platforma-universal-accounting.html>

INSTRUMENTE NECESARE PENTRU IDENTIFICAREA ȘI PROTEJAREA AFACERII

Natalia MANEA, Victoria VASCAN, Silvia GOREACII

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, Chișinău, MD-2005, Republica Moldova,
tel: +37368352266; email: natalia4manea@gmail.com

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, Chișinău, MD-2005, Republica Moldova,
tel: +37369160751; email: vica.v.vascan@gmail.com

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, Chișinău, MD-2005, Republica Moldova,
tel: +37378268609; email: silvica.silvica2005@gmail.com

Abstract.

The Republic of Moldova, like many other countries, faces challenges and opportunities in terms of protecting the intellectual property of businesses. Innovations and creativity play a central role in economic development, it is crucial to understand the tools available to protect and identify intellectual property. This article explores aspects of intellectual property in the context of the Republic of Moldova.

Intellectual property refers to the legal rights to inventions, creations and other intellectual works. These rights include copyright, registration, patents and commercial information security. Intellectual property is a valuable asset for businesses because it allows them to protect their investment in innovation and creativity.

Cuvinte cheie: *proprietate intelectuală, obiectele proprietății intelectuale, mărci, design industrial, secrete comerciale, drept de autor și drepturi conexe, economia digitală*

Proprietatea intelectuală (PI) reprezintă un pilon esențial al progresului economic și al inovației, jucând un rol esențial în dezvoltarea durabilă a afacerilor din Republica Moldova. Obiectele de proprietate intelectuală (OPI), cum ar fi invențiile, creațiile artistice, mărcile și secretele comerciale, nu doar reflectă ingeniozitatea și creativitatea unei societăți, ci constituie și o sursă inestimabilă de valoare pentru antreprenori și întreprinderi. În lumina acestei realități, este imperativ să înțelegem și să apreciem importanța OPI pentru ca afacerile din Republica Moldova să prospere într-un climat concurențial în continuă schimbare.

Fie că vorbim despre invenții tehnologice, opere literare sau creații artistice, aceste obiecte devin motorul unei economii bazate pe cunoaștere. Prin acordarea unor drepturi exclusive, PI stimulează creativitatea și investițiile în cercetare și dezvoltare, oferind astfel un cadru propice pentru descoperirea și implementarea unor soluții inovatoare în diverse domenii.

Într-o eră în care hotarele comerciale devin tot mai permeabile, PI devine un factor important în consolidarea competitivității pe piața globală. Afacerile din Republica Moldova se confruntă cu oportunități și provocări într-un mediu internațional, iar protecția OPI devine un instrument strategic pentru a obține un avantaj competitiv și pentru a se proteja împotriva practicilor comerciale neloiale. Antreprenorii și creatorii se simt încurajați să investească în proiecte riscante, știind că vor beneficia de recunoaștere și recompense pentru contribuțiile lor inovatoare. Această dinamică nu doar alimentează progresul tehnologic, ci și sprijină dezvoltarea unui mediu de afaceri vibrant și dinamic. Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală (AGEPI) este autoritatea administrativă centrală în subordinea Guvernului RM, responsabilă de promovarea și realizarea activităților în domeniul protecției juridice a PI privind drepturile de proprietate industrială, dreptul de autor și drepturile conexe.

Cadrul normativ național ce reglementează domeniul PI se află în continuă perfecționare pentru a corespunde în totalitate rigorilor și standardelor internaționale, pentru a fi capabil să asigure buna funcționare a mecanismelor de protecție oferite solicitanților și titularilor drepturilor de PI, dar și pentru a exclude lacunele și neconformitățile existente în sistemul național de protecție.

Obiectele Proprietății Intelectuale.

Identificatorii de afaceri cuprind toate denumirile și semnele pe care compania le utilizează în comercializarea unui produs sau serviciu. Protejând identificatorii afacerii, se asigură protecția imaginii și reputației companiei. Identificatorii afacerii includ:

Mărcile comerciale reprezintă un element al identității și strategiei unei companii. Ele sunt simboluri, cuvinte, semne sau combinații ale acestora, utilizate pentru a distinge bunurile și serviciile unei afaceri de cele ale altor entități. Mărcile comerciale contribuie la succesul unei companii prin construirea identității, diferențierea în piață și crearea unei conexiuni semnificative cu consumatorii.

Numele comercial (*denumirea de firmă*) este un cuvânt sau o combinație de cuvinte care reprezintă o marcă. Numele comercial sunt deseori gândite pentru a fi ușor de reținut și de pronunțat, iar unele devin atât de puternice încât devin parte integrantă a limbajului de zi cu zi.

Indicațiile geografice (IG) reprezintă o denumire a unei regiuni sau localități, care servește la identificarea unui produs ce posedă anumite calități, reputație sau alte caracteristici datorate locului de origine. Deseori acest produs este prelucrat sau preparat într-un mod deosebit. În cazul în care produsul îndeplinește cerințe specifice, înseamnă că poate fi utilizată IG cu referință la acest produs pentru a evidenția originea și calitățile sale, precum și metodele tradiționale de producere.

Invențiile constituie soluția pentru o problemă tehnică, poate include o gamă largă de descoperiri, de la produse și procese tehnologice până la dispozitive și compoziții chimice. Brevetele de invenție constituie unealtă vitală în promovarea inovației, asigurând că inovatorii sunt recompensați pentru eforturile lor și oferindu-le protecție împotriva imitării neloiale. Deși există provocări asociate cu procesul de obținere a unui brevet, beneficiile pe termen lung pentru inovatori și societate în general sunt incontestabile.

Designul industrial (desenele și modelele industriale DMI) reprezintă aspectul exterior și estetic al produselor, conferind o identitate unică și atrăgătoare. Prin înregistrarea unui DMI se protejează aspectul exterior al produsului. Funcțiile sale tehnice sau ideea din spatele produsului nu se protejează.

Secretele comerciale se referă la informațiile comerciale și tehnice confidențiale care conferă un avantaj economic substanțial unei întreprinderi. Secret poate fi orice informație de afaceri confidențială, precum tehnicile de fabricare, descrierea proceselor de producție, listele clienților, planurile de marketing, know-how-ul, show-how-ul etc. care sunt deosebit de valoroase pentru companie.

Dreptul de autor protejează creațiile intelectuale în domeniul literaturii, artei și științei. Dreptul de autor poate acoperi diverse tipuri de opere, de exemplu, cărți, manuale, muzică, fotografii, ilustrații și, de asemenea, produsele care au o expresie artistică. Software-ul și bazele de date pot fi protejate, de asemenea, prin intermediul dreptului de autor. Dreptul de autor nu protejează ideile. Acesta se referă doar la forma de exprimare specifică și originală a ideii.

Drepturile conexe acordă protecție artiștilor și interpreților pentru interpretările și execuțiile lor. Aceștia au dreptul să controleze înregistrările audio sau video ale performanțelor lor. De asemenea, drepturile conexe conferă protecție producătorilor de fonograme asupra înregistrărilor sonore pe care le-au creat, respectiv, aceștia au dreptul să controleze utilizarea înregistrărilor lor de către alții.

Drepturile conexe, inclusiv, protejează radiodifuzorii în ceea ce privește utilizarea emisiunilor și a altor conținuturi audiovizuale. [1].

Republica Moldova oferă un set comprehensiv de instrumente pentru identificarea și protejarea proprietății intelectuale. Cu toate acestea, este important ca afacerile să fie proactive în utilizarea acestor instrumente, să fie conștiente de schimbările legislative și să apeleze la expertiză profesională atunci când este necesar.

Tendențele și provocările pe care le întâmpină sistemul PI este în a face față celei de-a patra revoluții industriale pe care o atestăm astăzi, dar și asupra identificării unor potențiale soluții de depășire a constrângerilor constatate. Creșterea rapidă actuală a economiei digitale este alimentată de progrese dramatice în șase tehnologii de frontieră: cloud computing; inteligența artificială și analiza datelor; automatizarea și robotica; blockchain; imprimarea 3D; internetul lucrurilor (IoT). Lucrând în combinație, aceste tehnologii au creat o capacitate tehnologică fără precedent pe care experții o apreciază că ar fi declanșat o a patra revoluție industrială. Această a patra revoluție, potrivit experților [3], va schimba modul în care economia mondială este organizată, la fel cum au făcut-o inventarea mașinii cu abur (prima revoluție industrială), electricității și producției în masă (a doua revoluție industrială), computerului personal și internetului (a treia revoluție industrială) la timpul lor [2].

În economia digitală, PI este percepută drept cel mai valoros activ al afacerilor. Importanța proprietății intelectuale în constituirea acestei economii de tip nou este indubitabilă. Protecția:

- sistemelor de comerț electronic, motoarelor de căutare bazate pe inteligență artificială sau oricăror altor instrumente tehnice de pe Internet prin brevetele/brevetele de scurtă durată;
- software-ului și codurilor HTML bazate pe texte utilizate în crearea de site-uri web prin drepturi de autor;
- design-ului site-urilor web, inclusiv textele, imaginile, grafica, audio și videoclipurilor prin drepturi de autor;
- bazelor de date prin legi sau drepturi de autor;
- numelor, siglelor, simbolurilor și altor semne care sunt folosite în economia digitală, inclusiv numelor și elementelor distinctive ale afacerilor prin mărci comerciale;
- ecranelor, interfețelor grafice, paginilor web și simbolurilor grafice prin design industrial reprezintă multitudinea de exemple concludente de aplicare a sistemului existent al proprietății intelectuale în susținerea și promovarea economiei digitale [2]. Potrivit aceleiași surse, inovația digitală a crescut cu 172% mai rapid decât toate brevetele din ultimii cinci ani.

Tendențe similare se înregistrează de asemenea: în domeniul mărcilor, prin introducerea unor noi tipuri de mărci (holograme, audiovizuale etc.); în domeniul designului industrial, prin extinderea la noi forme (interfețe grafice, pictograme etc.); în domeniul invențiilor, prin apariția unor produse-procedee în domenii inexistente altădată (inteligența artificială, bioingineria etc.).

La nivel național, situația se prezintă diferit. Or, specificul economiei naționale, în care industria este slab dezvoltată, determină un tablou distinct al repartizării cererilor de înregistrare a obiectelor de proprietate intelectuală (fig. 1 și fig. 2):

CONFERINȚA ȘTIINȚIFICO-PRACTICĂ ONLINE PENTRU ELEVI ȘI CADRE DIDACTICE DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL PROFESSIONAL TEHNIC 2023

ACORDAREA PROTECȚIEI OBIECTELOR DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ
GRANT OF PROTECTION TO INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS

	2020	2021	2022	
Brevete de invenție	44	69	43	Patents for invention
Brevete de invenție de scurtă durată	89	109	87	Short-term patents for invention
Brevete europene validate	73	112	113	Validated European patents
Brevete pentru soi de plantă	43	28	14	Plant variety patents
Mărci	4136	3945	4163	Trademarks
Desene și modele industriale	265	193	173	Industrial designs
Denumiri de origine	7	5	2	Appellations of origin
Indicații geografice	1	-	-	Geographical indications
Specialități tradiționale garantate	-	-	-	Traditional specialties guaranteed
Obiecte ale dreptului de autor și drepturilor conexe	256	338	253	Subject-matters of copyright and related rights
TOTAL	4914	4799	4848	TOTAL

Figura 1: Acordarea protecției obiectelor de proprietate intelectuală.

Sursa [4]



Figura 2: Cereri de acordare a protecției pentru anul 2022.

Sursa [4]

Concluzii. Proprietatea Intelectuală reprezintă un pilon esențial în susținerea inovației, creativității și dezvoltării economice. Într-o eră marcată de tehnologie avansată, schimbări sociale și globalizare, gestionarea eficientă a drepturilor de autor, mărcilor, invențiilor și secretelor comerciale devine esențială. Tendințele actuale în PI reflectă nevoia de adaptare la evoluțiile tehnologice rapide, echilibrând protecția cu accesul la informație și promovând inovația într-un mediu competitiv și colaborativ. O abordare sustenabilă a PI implică reglementări actualizate, securitate cibernetică îmbunătățită și colaborare între diferite sectoare, asigurând astfel că societatea beneficiază pe deplin de potențialul creativ și inovator al resurselor sale intelectuale.

Referințe bibliografice:

- [1]. <https://agepi.gov.md/ro/services/pi-pentru-imm>
- [2]. https://agepi.gov.md/sites/default/files/intellectus/Intellectus_1_2022_51.pdf
- [3]. <https://www.weforum.org/focus/fourth-industrial-revolution>
- [4]. Raportul anual 2022, AGEPI:
- [5]. https://agepi.gov.md/sites/default/files/bopi/Raport_Anual_2022.pdf#page=8

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ: PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI PENTRU VIITOR

Lilia MARINESCU¹ grad didactic unu, Tudor ANGHEL² grupa AAW2212

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +373 79694472; Email: misticwoman1972@yahoo.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +373 60050911; Email: angheltudor44@gmail.com

Abstract:

Artificial Intelligence (AI) has made remarkable progress in various industries, leading to groundbreaking advancements. Innovations such as GPT-4 are poised to revolutionize the world in ways we couldn't have imagined. However, there is a growing concern about job displacement as automation increases. This shift toward automation underscores the need to balance human values with machine capabilities. Even Moldova is slowly embracing AI, emphasizing the importance of ensuring that we implement it in a manner that is equitable and beneficial for all. As we move forward, it is critical to consider the impact of AI and strive towards a future that benefits society as a whole.

Cuvinte cheie: inteligență artificială, gpt-4, automatizare, productivitate, tehnologii, calculator, robot

Inteligența artificială este un concept care a devenit, mai mult sau mai puțin, un cuvânt la modă. Astăzi este în vogă să se vorbească peste tot despre această tehnologie, căci majoritatea cunosc despre serviciile pe care le oferă aplicațiile furnizate de tehnologia dată. Dar v-ați întrebat ce înseamnă, de fapt, inteligența artificială? Cel mai simplu mod de a o defini este capacitatea unui calculator digital sau a unui robot controlat de calculator de a îndeplini sarcini asociate în mod obișnuit cu oamenii. Termenul este aplicat frecvent la proiectul de dezvoltare a unor sisteme înzestrate cu procese intelectuale caracteristice oamenilor, cum ar fi capacitatea de a raționa, de a descoperi sensuri, de a generaliza sau de a învăța din experiența anterioară.

Deși inteligența artificială sună ca o tehnologie nouă, ea a fost prima dată menționată în 1951, când primul succes documentat al unui program de calculator cu inteligență artificială (un program de dame), scris de Christopher Strachey, a terminat un întreg joc pe calculatorul Ferranti Mark I de la Universitatea din Manchester. În prezent, inteligența artificială este folosită ca suport în aproape toate industriile. Ea a devenit principalul motor al tehnologiilor noi și va continua să acționeze ca un inovator tehnologic în viitorul apropiat.

La moment, cea mai cunoscută tehnologie bazată pe inteligență artificială este **GPT (Generative Pre-trained Transformer)**. O aplicație care utilizează acest tip de tehnologie este ChatGPT. GPT-ul este un tip de model de limbaj care a fost antrenat pe cantități mari de date pentru a genera texte asemănătoare cu cele umane (ChatGPT folosește în acest moment 570GB de date). Aceste modele au devenit din ce în ce mai sofisticate în ultimii ani. GPT-4, cel mai recent model, este capabil să genereze răspunsuri mai creative comparativ cu versiunea precedentă – GPT-3. ChatGPT poate genera eseuri, poezii și conversații coerente pe baza unor întrebări succinte (fig. 1). Studenții și elevii deseori folosesc aplicația dată pentru a face tema pentru acasă și pentru a copia la teste.

Default (GPT-3.5)

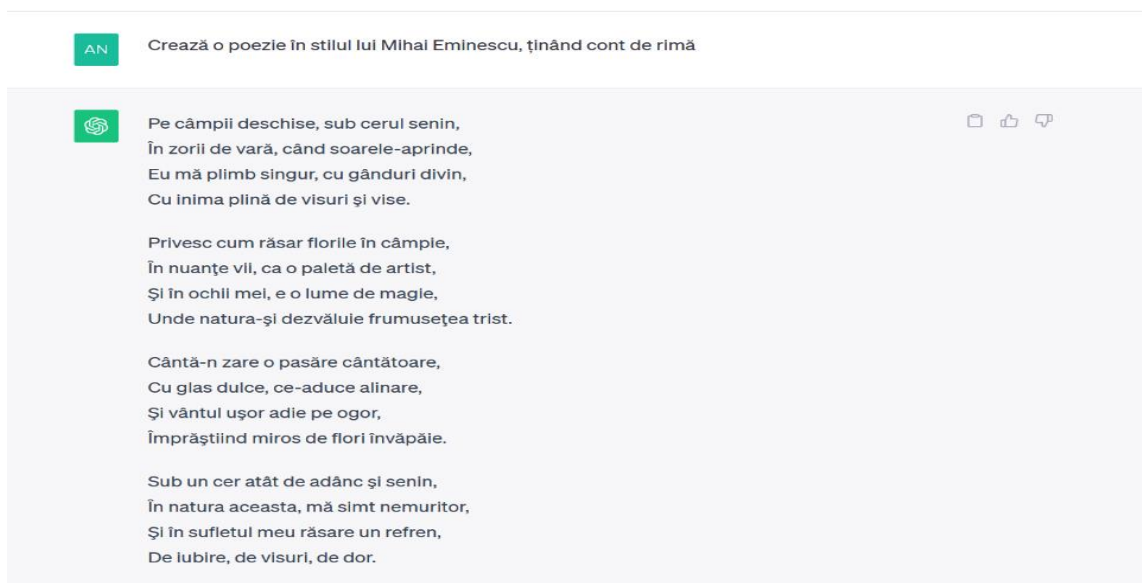


Figura 1. Poezie în stil eminescian, generată de ChatGPT

Aplicații

Inteligența artificială (IA) are o gamă largă de aplicații în diferite domenii și industrii. Câteva dintre cele mai comune utilizări ale inteligenței artificiale sunt:

- **În industria auto:** Progresele din IA au contribuit la creșterea industriei de automobile prin crearea și evoluția autovehiculelor. În 2016, existau peste 30 de companii care utilizau IA la crearea mașinilor autonome (fără șofer) (fig. 2). Câteva companii implicate în IA sunt Tesla, Google și Apple. Multe componente contribuie la funcționarea autoturismelor. Aceste vehicule incorporează sisteme cum ar fi frânarea, schimbarea benzii de rulare, prevenirea coliziunilor, navigarea și cartografierea. Împreună, aceste sisteme, precum și computerele de înaltă performanță, sunt integrate într-un singur vehicul complex.

- **Armată:** Sistemele de arme letale autonome (Lethal Autonomous Weapons Systems - LAWS), cunoscute și **Figura 2. Un exemplu de mașină autonomă** sub numele de „*roboți ucigași*”, sunt arme care au capacitatea de a identifica, selecta și ataca în mod autonom ținte fără intervenția directă a omului. Aceste sisteme



utilizează inteligența artificială, învățarea automată, senzorii și alte tehnologii pentru a lua decizii cu privire la momentul și modul de utilizare a forței letale. LAWS poate cuprinde o varietate de tipuri de arme, inclusiv drone, vehicule terestre și chiar sisteme staționare (fig. 3) [1].

Figura

3. Sistem militar staționar cu capacitatea de a ataca o țintă fără intervenția omului.

Bloomberg

Technology, Microsoft a dezvoltat IA pentru a ajuta medicii să găsească tratamentele corecte pentru cancer. Deși există o cantitate mare de medicamente eficiente

pentru tratarea cancerului (peste 800), acest lucru îngreuează activitatea medicilor, deoarece există prea multe opțiuni din care aceștea trebuie să aleagă, făcându-le dificilă alegerea medicamentelor potrivite pentru pacienți. Pentru a combate această problemă, Microsoft lucrează la un proiect pentru a crea o mașină numită „Hanover”. Obiectivul său

este de a memora toate lucrările necesare din domeniul oncologiei și de a ajuta să se prevadă care combinații de medicamente vor fi mai eficiente pentru fiecare pacient. Un proiect la care se lucrează în prezent este și combaterea **leucemiei mieloide**, un cancer mortal al cărui tratament nu s-a îmbunătățit la moment.

Avantajele și dezavantajele implementării inteligenței artificiale.

Unul din avantajele implementării inteligenței artificiale reprezintă disponibilitatea permanentă a serviciilor furnizare de IA, căci mașinile pot funcționa pe tot parcursul zilei și a nopții. Astfel, ele pot oferi servicii pentru clienții unei companii chiar și în afara orelor de program. Totodată, spre deosebire de oameni, sistemele bazate pe inteligență artificială pot fi productive tot timpul. Acest lucru poate ajuta companiile să producă mai mult și să ofere o experiență mai bună clienților decât ar putea oferi oamenii singuri. Un alt beneficiu al implementării tehnologiei date este creșterea productivității prin utilizarea inteligenței artificiale pentru a îndeplini sarcini repetitive. Acest fapt a fost demonstrat de rezultatele unui studiu al Institutului de Tehnologie din Massachusetts. În cadrul experimentului au fost încadrați analiști de date, specialiști în marketing și specialiști în resurse umane, care inițial au fost divizați în două grupe. Primul grup trebuia să scrie un document fără vreun ajutor extern, iar celălalt grup urma să scrie un document folosind ChatGPT.

La final, s-a constatat că cei care au folosit ChatGPT au creat documentul în 17 minute, în timp ce grupul care a scris documentul fără asistență AI a avut nevoie de 27 de minute. Astfel, fără asistența IA, un lucrător ar produce $17 \text{ (} 480/27=17.7 \text{)}$ documente într-o zi de lucru obișnuită de 8 ore (480 de minute), în timp ce cu asistență AI acest număr ar crește la $480/17 = 28 \text{ (} 480/17=28.3 \text{)}$. Aceasta reprezintă o creștere a productivității de 59% [2].

Astea fiind spuse, implementarea inteligenței artificiale poartă și riscuri. Merită menționat faptul că ChatGPT reprezintă doar o fracțiune din puterea inteligenței artificiale. Faptul că computerele și, în viitor, roboții vor fi capabili să îndeplinească sarcini asociate cu oamenii, înseamnă că, la un moment dat, ele vor prelua unele dintre locurile noastre de muncă.

De aici deducem un dezavantaj uriaș – munca omului va fi înlocuită cu cea a roboților, fapt ce va duce la pierderea locurilor de muncă și va contribui la creșterea șomajului. Deși sună imposibil, acest proces se desfășoară lent în țările dezvoltate. De exemplu, în Statele Unite, băncile au început deja să încorporeze inteligența artificială în modelele lor de afaceri. 56% dintre bănci susțin că au implementat această tehnologie în domeniile lor de activitate, cum ar fi managementul, iar 52% susțin că au folosit-o pentru generarea de venituri, potrivit Cambridge Centre for Alternative Finance și Forumului Economic Mondial. *Morgan Stanley*, una dintre cele mai mari instituții financiare din lume, a început să folosească tehnologia GPT pentru a-și organiza baza de date de gestionare a fondurilor, ajutându-i pe consilierii financieri să extragă date și să facă cercetări mai eficiente. De asemenea, Forumul Economic Mondial estimează că, până în 2027, 23% din locurile de muncă din sectorul financiar din China vor fi înlocuite de inteligența artificială [3].

Fabricile încep, de asemenea, să utilizeze inteligența artificială în activitatea lor. Această industrie a fost supusă automatizării de ceva vreme. General Motors fiind acreditat ca primul mare producător care a implementat robotica în liniile sale de asamblare, după introducerea tehnologiei UNIMATE în 1961. Cu toate acestea, inteligența artificială ar putea accelera procesul de producție. Drept exemplu este o fabrică chineză din orașul Dongguan, care a înlocuit 90% din forța sa de muncă cu mașini, ceea ce a dus la o creștere cu 250% a productivității și la o scădere cu 80% a defectelor. Astfel, un proiect care necesita 650 de lucrători umani pentru a fi finalizat necesită aproximativ 60 de roboți și 60 de oameni, susține compania [4]. Potrivit unui raport al Institutului de Tehnologie din Massachusetts și al Universității din Boston, se așteaptă ca inteligența artificială să înlocuiască până la două milioane

de muncitori din industria prelucrătoare până în 2025. „Dovezile noastre arată că roboții cresc productivitatea”, au declarat cercetătorii [1].

Aceste date reprezintă doar prezentul. Merită menționat faptul că inteligența artificială se dezvoltă într-un ritm rapid. Atât de rapid, încât, potrivit unui studiu realizat de Universitatea din Oxford, 47% dintre locurile de muncă din țările occidentale sunt „în pericol” de a fi automatizate în următorii 20 de ani [3].

Inteligența artificială în Moldova

Inteligența artificială este, cu pași mici, implementată și în Moldova. La cel mai important eveniment al anului de promovare a inovațiilor și a tehnologiilor din țara, Moldova Digital Summit, s-a pus în discuție modul de folosire a acestei tehnologii. Membrii panelului de discuții au încercat să definească inteligența artificială, precizând că nimeni încă nu își imaginează până unde poate evolua ea. Cert este însă că IA se poate îmbunătăți la nesfârșit. Unul dintre invitați, Veaceslav Cunev, proprietarul companiei *Deeplace*, a declarat că inteligența artificială îl ajută să dezvolte zeci de soluții pentru clienții companiei. Astfel, el trebuie să înțeleagă ce fel de servicii sunt necesare pentru utilizarea personală și profesională. Totodată, el a observat că, odată ce compania a început să folosească IA, productivitatea angajaților a crescut cu 20%, cheltuind pentru aceste servicii doar 20 de dolari pe lună per angajat. Astfel, implementarea tehnologiei date reprezintă pentru companie un câștig. Un alt subiect pus în discuție a fost viitorul inteligenței artificiale și impactul ei asupra societății. Christopher Burns, șeful Departamentului Dezvoltare Digitală și Tehnologii din cadrul Centrului pentru Inovații, Tehnologii și Cercetare al USAID, a declarat că impactul inteligenței artificiale se va resimți în toate nivelele societății, motiv pentru care principiile etice trebuie respectate cu strictețe la implementarea tehnologiei date [5].

Concluzii.

Inteligența artificială, un termen cândva limitat la lumea fantasticului, a devenit acum o realitate incontestabilă care promite să modeleze traiectoria viitorului nostru. Este evident că această tehnologie deține un potențial imens în diverse domenii. Însă, ca în cazul oricărei tehnologii moderne, inteligența artificială ridică, de asemenea, întrebări presante cu privire la dislocarea locurilor de muncă, proiecțiile indicând un impact negativ asupra ocupării forței de muncă la nivel mondial în următoarele decenii. În timp ce capacitățile inteligenței artificiale sunt uimitoare, integrarea sa în lumea noastră va necesita un echilibru - prețuirea valorilor umane, chiar dacă valorificăm puterea de calcul a mașinilor. Astfel, viitorul inteligenței artificiale se anunță cu un amestec de provocări și oportunități, iar de noi depinde dacă vrem sau nu să navigăm pe această nouă frontieră cu înțelepciune.

Referințe bibliografice:

- [1]. Boobier T., Analiză avansată și inteligență artificială : impact, implementare și viitorul muncii. Marea Britanie, 2018.
- [2]. https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf
- [3]. <https://futurism.com/2-production-soars-for-chinese-factory-who-replaced-90-of-employees-with-robots>
- [4]. <https://newsmaker.md/ro/moldova-digital-summit-inteligenta-artificiala-ce-spune-chatgpt-despre-moldova-digitala-si-cum-sa-il-atragem-pe-elon-musk-in-tara-noastra/>
- [5]. https://economics.mit.edu/sites/default/files/inline-files/Noy_Zhang_1_0.pdf

AVANTAJELE ȘI DEZAVANTAJELE TURISMULUI ONLINE

Lilia MARINESCU¹, profesor, grad didactic I, Iustina NEGRITU², elevă, gr. AAW 2212G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +373 79694472; Email: misticwoman1972@yahoo.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +373 60731136; Email: negrituiustina@gmail.com

Abstract. With exponential growth in the tourism sector, digital transformation has become a driving force. Leveraging the internet's power, e-tourism revolutionizes how travelers access information and make reservations, significantly impacting the industry's economy. Online tourism offers advantages like easy accessibility to destination information, seamless booking processes, and global reach, reshaping the industry competitively and dynamically, contributing substantially to global GDP. Harnessing social media for marketing and personalizing travel experiences underscores its significance. However, the digital landscape has challenges—privacy concerns as travelers share data, and fraudulent schemes on online platforms demand vigilance. Regulatory changes require cybersecurity investments, affecting service costs. In Moldova's online tourism context, significant changes are noted. In 2022, per National Bureau of Statistics data, Moldova's tourism sector saw growth, with 477.2 thousand tourists in agency-organized tours, a 48.7% increase from the previous year. This impacted the economy, with tourism agencies generating 3.3 billion lei, a 41.2% increase.

Cuvinte cheie: turism online, comerț electronic, rezervări online, internet, tehnologie, globalizare, impact economic, statistică turistică.

Turismul, o industrie globală în plină expansiune, a devenit extrem de competitivă sub influența științei și tehnologiei. Încă din 1999, Comisia Europeană a recunoscut necesitatea integrării turismului în politicile comunitare, transformându-l într-un sector economic de referință. Această competitivitate nu mai este doar rezultatul natural, ci este din ce în ce mai condusă de știință, tehnologie și inovație. În era digitală, internetul devine coloana vertebrală a organizării călătoriilor, oferind acces facil la informații și oportunități extinse adaptate preferințelor individuale. Dispozitivele TIC, precum laptop-urile și smartphone-urile au alimentat utilizarea internetului în toate aspectele turismului, de la planificare la consum. Creșterea comerțului electronic a adus informațiile turistice pe diverse platforme electronice, contribuind la promovarea globală a turismului.

La nivel local, Republica Moldova nu rămâne în urmă în această transformare digitală. Într-un peisaj economic și cultural distinct, turismul online în Moldova se integrează în această evoluție digitală, deschizând noi posibilități pentru promovarea destinațiilor și conectarea cu turiștii internaționali. Astfel, vom explora modul în care Republica Moldova se adaptează la această schimbare globală, evidențiind avantajele și provocările aduse de turismul online. În ultimii ani, Republica Moldova a experimentat o tranziție semnificativă către turismul online, iar odată cu creșterea accesibilității internetului, turiștii moldoveni au adoptat tot mai mult platformele online pentru planificarea călătoriilor, iar agențiile de turism au dezvoltat site-uri interactive pentru a răspunde acestei schimbări. Printre aceste pagini web se regăsește și portalul național de promovare a turismului în Moldova. Noua resursă digitală informativă deschide dialogul despre Moldova ca destinație turistică pe piețele internaționale, cu o vitrină a patrimoniului cultural-turistic și un instrument eficient de marketing și popularizare a Moldovei, realizat prin efortul comun al Proiectului de Competitivitate din Moldova finanțat de USAID, Guvernul Suediei, Guvernul Marii Britanii și Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intern (ANTRIM), în colaborare cu Ministerul Culturii și Agenția de Investiții a Republicii Moldova.

Avantaje turismului online

- 1. Accesibilitate.** Prin intermediul platformelor online, călătorii pot accesa în mod rapid și convenabil o gamă largă de informații despre destinații, inclusiv detalii despre obiectivele turistice, facilitățile de cazare, opțiuni de transport și prețuri. Această accesibilitate oferă o transparență semnificativă pentru consumatori și le permite să facă comparații eficiente înainte de a lua decizii de călătorie.
- 2. Flexibilitate.** Tehnologia online a revoluționat procesul de rezervare, permițând turiștilor să efectueze rezervări pentru zboruri, cazare, excursii și alte servicii legate de călătorie printr-un simplu clic. Această eficiență a eliminat multe din barierele și întârzierile asociate cu rezervările tradiționale, iar plata online a devenit o normă. De asemenea este eficientă și rapidă soluționarea situației când clienții au nevoie de a schimba biletele sau de a reprograma rezervările, fapt ce nu necesită prezența personală la oficiul companiei aeriene sau la agenția de turism.
- 3. Expansiune geografică.** Tehnologia online facilitează accesul la informații despre o gamă largă de destinații turistice din întreaga lume. Acest lucru permite turiștilor să exploreze și să descopere noi teritorii, culturi și experiențe unice într-o formă rapidă chiar de la domiciliu. Astfel, industria turismului se bucură de o creștere a numărului de turiști care călătoresc spre locuri diverse, contribuind astfel la diversitatea acestora.
- 4. Impact pozitiv asupra industriei.** Tehnologia online a dus la o creștere semnificativă a volumului de afaceri în industria turismului. Prin intermediul rezervărilor online și a marketingului digital, industria a fost capabilă să atingă o audiență mult mai largă, atrăgând un număr mai mare de turiști și generând venituri considerabile. Cifrele recente publicate de WTTC au constatat că în 2022 sectorul Călătorii și Turism a avut o contribuție de 7.000 de miliarde USD la economia globală, 7,6% din PIB-ul global și 23% sub nivelurile pre-pandemie.
- 5. Utilizarea rețelelor de socializare pentru marketing.** Rețelele sociale, cum ar fi Facebook și MySpace, au devenit platforme cheie pentru marketingul în industria turismului. Aceste platforme permit întreprinderilor să ajungă la un public vast și să împărtășească informații despre destinații, promoții și servicii. Prin intermediul acestor rețele, se creează o comunitate virtuală care încurajează discuția și partajarea experiențelor de călătorie.
- 6. Personalizare.** Pe măsură ce tehnologia avansează, apar diverse aspecte inovatoare ale turismului online, acordând călătorilor posibilitatea de a-și personaliza complet experiența. Platformele online folosesc algoritmi pentru a oferi recomandări personalizate, luând în considerare preferințele și istoricul de călătorie al fiecărui individ. Acest nivel de personalizare permite călătorilor să-și proiecteze vacanțele exact așa cum și le-au imaginat, adăugând un element unic și satisfăcător în călătoriile lor.
- 7. Diversificarea ofertei.** Tehnologia online permite industriei turismului să ofere o gamă mai largă de opțiuni de călătorie. Acest lucru atrage un public mai variat și contribuie la creșterea numărului de turiști care călătoresc pentru diferite scopuri, cum ar fi turism cultural, aventuri în aer liber, wellness sau turism gastronomic.
- 8. Globalizarea și interconectivitatea.** Internetul a creat un spațiu global conectat, în care oamenii pot comunica, colabora și împărtăși idei cu ușurință, indiferent de locația lor geografică sau cultura lor. Acest fenomen a dus la schimburi culturale și la creșterea turismului transfrontalier, deoarece oamenii sunt mai deschiși spre a explora și a înțelege noi culturi și locuri. Această interconectivitate contribuie la dezvoltarea industriei turismului prin promovarea diversității și a schimbului cultural.

Dezavantajele turismului online

- 1. Riscuri de confidențialitate.** Odată cu transmiterea informației, privind datele personale, prin completarea cererilor, întocmirea formularelor, încheierea contractelor prin rețeaua online sau transmiterea informației privind datele de card, de credit, adresele de e-mail etc., utilizatorii renunță parțial la drepturile lor de confidențialitate, permițând atât companiilor cu care fac tranzacții de călătorie, cât și altor entități afiliate să aibă acces, să stocheze și să utilizeze aceste informații.
- 2. Fraude.** Înșelătoriile pe site-urile ce oferă zboruri sau rezervări la hoteluri, la prețuri reduse, deseori se dovedesc a fi false și excrocheriile în această direcție sunt tot mai răspândite. Pentru siguranța clienților e necesar ca aceștea să fie precauți și să verifice veridicitatea agenției pe internet. În absența informațiilor fiabile, este mai bine ca să se informeze din diferite surse pentru a fi siguri și a evita cazurile de excrocherie.
- 3. Control mai aspru din partea statului asupra companiilor turistice.** Odată cu noile reglementări de confidențialitate a informației, companiile turistice sunt obligate să investească semnificativ în securitatea cibernetică pentru a evita acordurile care implică vânzarea informațiilor despre clienți. Aceasta poate genera costuri semnificative și poate duce la creșterea prețurilor serviciilor oferite.
- 4. Vulnerabilitatea la atacuri cibernetice.** Odată ce datele personale și informațiile de tranzacționare sunt stocate online, există o creștere a vulnerabilității în fața atacurilor cibernetice și a amenințărilor informatice. Companiile trebuie să aloce resurse considerabile pentru a-și proteja infrastructura și datele împotriva unor astfel de riscuri.

Activitatea turistică a agențiilor de turism.

Biroul Național de Statistică informează că, în anul 2022, numărul de turiști, care au beneficiat de serviciile agențiilor de turism a înregistrat 477,2 mii de persoane sau cu 48,7% mai mult față de anul 2021, așteptându-se ca la finele anului 2023 numărul excursioniștilor va crește cu încă 10-15%. În perioada cercetată, turismul extern și intern au deținut cea mai mare pondere în numărul total de turiști și excursioniști, revenindu-le, respectiv, 68,0% și 25,9%, iar turismului extern – 6,1%.

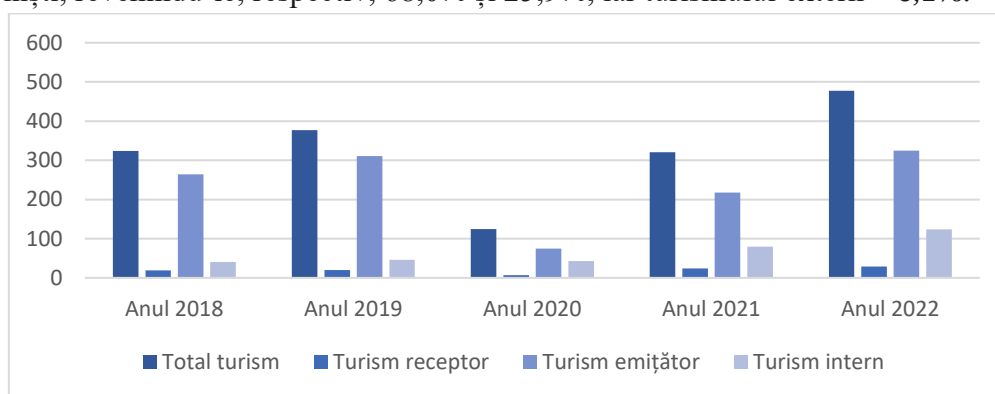


Figura 1. Evoluția numărului de vizitatori pe categorii de turism, 2018-2022

Prin intermediul agențiilor de turism în anul 2022 au plecat în străinătate 324,6 mii de turiști, sau cu 106,9 mii persoane (+49,1%) mai mult față de anul 2021. Majoritatea (99,7%) cetățenilor moldoveni au plecat în străinătate în scopuri de odihnă, recreere și agrement.

Tabel 1. Activitatea turistică a agențiilor de turism

Turism emițător		Turism receptor	
Turcia	52,0%	România	34,8%
Bulgaria	16,3%	Italia	17,2%
România	10,2%	SUA	5,2%
Egipt	10,1%	Franța	4,7%
Grecia	4,3%	Federația Rusă	4,4%

Numărul de turiști și excursioniști participanți la turismul intern în anul 2022 a constituit 123,6 mii vizitatori, fiind în creștere cu 56,0%, comparativ cu anul 2021. Deplasarea rezidenților moldoveni în interiorul țării, în scop turistic, a fost organizată în special de agențiile de turism și turoperatorii din municipiul Chișinău (44,6%), regiunile de dezvoltare Centru (47,4%) și Sud (6,9%). În anul 2022 numărul cetățenilor străini care au vizitat Republica Moldova prin intermediul agențiilor de turism a crescut cu 20,8% față de anul precedent și a constituit 29,0 mii turiști și excursioniști, majoritatea (91,4%) fiind vizitatori de o zi care au sosit în scop de odihnă, recreere și agrement. Încasările agențiilor de turism din activitatea turistică în anul 2022 au însumat 3,3 miliarde lei, înregistrând o creștere de 41,2% față de anul precedent.

Concluzii.

Turismul online reprezintă nu doar o tendință, ci o necesitate în lumea modernă, transformând modul în care căutăm, planificăm și experimentăm călătoriile noastre. Acest fenomen a adus cu sine o serie de avantaje, inclusiv accesibilitate sporită, flexibilitate și personalizare, contribuind semnificativ la creșterea industriei turismului. Cu toate acestea, este important să recunoaștem și să gestionăm responsabil provocările legate de securitatea datelor și accesul la informații. Într-o lume tot mai conectată digital, adaptarea și gestionarea acestor schimbări devin cruciale. Turismul online reprezintă o oportunitate de a dezvolta o industrie turistică mai dinamică, care să ofere călătorilor experiențe personalizate și conectate. Prin abordarea acestor provocări cu responsabilitate și inovare, putem exploata pe deplin beneficiile turismului online, contribuind la o experiență de călătorie mai captivantă și sigură în secolul XXI.

Referințe bibliografice:

- [1]. Pașac Filip. Istoria comerțului și turismului. Timișoara: Ed. Eurostampa, 2008. 136p.
- [2]. Pompei Cocean. Geografia turismului. București: Editura Universitară. Editia a II-a, 2015, 384p.
- [3]. <https://www.bbva.ch/en/news/advantages-and-disadvantages-of-travel-technology-in-the-information-society/>
- [4]. https://www.infoturism.ro/e/turismul-online-ajuta-la-cresterea-pietei-de-turism-din-romania_1390.html

STRATEGII DE MARKETING ÎN MEDIUL ONLINE ȘI INFLUENȚA COVID-19 ASUPRA DIGITALIZĂRII BUSINESSULUI

Lilia MARINESCU¹ grad didactic unu, Anastasia SPRINCEAN² gr. AAW 2212G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +373 79694472; Email: misticwoman1972@yahoo.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +373 69523936; Email: anastasiasprincean1306@gmail.com

Abstract

In the 21st century, technology and digitization drive business. The pandemic has accelerated change, with significant benefits for the online environment. Small and medium enterprises from Moldova had the opportunity to expand their business internationally through the online environment. With low costs and efficiency in order and inventory management, these businesses grew rapidly. However, there are also disadvantages, such as the lack of access to online shopping for certain segments of the population and the difficulty in evaluating products before purchase. In addition, marketing is crucial to attract and retain customers in the online environment. The "5 P's" of marketing, such as product, price, promotion, place and people, must be strategically managed for success. Customer loyalty becomes vital in a competitive environment and offers and customer attention can make the difference. In the digital age, well-thought-out marketing strategies and adaptation to the online environment are essential for business growth.

Cuvinte-cheie: întreprinderile mici și mijlocii (ÎMM), pandemie, „5 P-uri” ale marketingului, servicii online, strategie, antreprenori.

Secolul XXI este despre evoluția extrem de rapidă a tehnologiilor și a inovațiilor, făcându-i pe antreprenori să se conformeze situației și să își facă publice afacerile în mediul online. Probabil, în prezent, doar o mică parte percepe avantajul care îl oferă lumea digitală atât prestatorilor, cât și consumatorilor.

Nu este un secret că anume pandemia COVID-19 este cea care a produs schimbări majore în domeniul businessului atât la nivel național, cât și internațional. Imposibilitatea de a ieși din casă și rutina apăsătoare a redirecționat oamenii în mediul online. Din punctul meu de vedere, faptul dat a reprezentat mai mult un avantaj pentru micul business, deoarece lumea virtuală oferă oportunități total diferite de lansare și menținere a unei afaceri, pentru că inițial costurile sunt relativ minore.

A fost o mare necesitate adaptarea la mediul online pentru antreprenorii din Moldova, iar cei care nu au reușit, din păcate, să facă față impedimentelor au suferit pierderi, deoarece mediul online a reprezentat, de fapt, rezistența la criză și menținerea continuității afacerii pe piață. În același timp putem spune că a reprezentat și un avantaj, deoarece o dată ce și-au lansat afacerile în mediul online, antreprenorii moldoveni au avut acces la o piață mai largă și la o eficiență sporită, pentru că gestionarea comenzilor și comunicarea cu clienții în mediul online a devenit accesibilă și eficace.

Digitalizarea a permis antreprenorilor din Moldova să-și promoveze mai lesne produsele, iar segmentarea precisă a publicului țintă și personalizarea mesajelor către clienți au asigurat o cerere sigură. În același timp, indiscutabil, comoditatea de a plasa comenzi online și de a le primi la ușă este una dintre cele mai evidente beneficii ale digitalizării în lumea afacerilor.

Abordarea privind plasarea comenzilor online a reprezentat un succes și pentru întreprinderile mici și mijlocii (ÎMM) din Moldova care în același timp reprezintă un catalizator al creșterii economice.

O dată ce au pătruns în mediul online, ÎMM din Republica Moldova au înregistrat o expansiune impresionantă pe piață, facilitând astfel livrarea rapidă a comenzilor către clienții din întreaga lume.

Este foarte simplu, în câteva click-uri și datorită unui serviciu de curierat, un colet poate fi livrat la nivel internațional. În același timp nu putem omite faptul că tarifele de operare sunt minore, deși inițial dezvoltarea unui site web ar putea implica necesitatea unor investiții, costurile de operare pot fi reduse în timp, mai ales în ceea ce privește cheltuielile legate de spațiul fizic și personal.

ÎMM ce fac parte din mediul online posedă efectiv eficiență de stocare a informațiilor, ceea ce permite gestionarea comenzilor și a stocurilor rapid și în timp real. Totodată este important să menționăm despre colectarea de date și fidelizarea clienților, colectarea de date despre preferințele și comportamentul clienților, ceea ce poate fi valoros pentru personalizarea ofertelor și îmbunătățirea serviciilor.

Un sondaj efectuat în anul 2021 în România, privind obiceiurile de cumpărături de Delphi și Asociația Industriei Financiare a constatat că aproape 70% dintre rezidenți apreciază posibilitatea de a cumpăra bunuri sau servicii online. La sondaj au participat circa 1000 de persoane. Acest lucru este cel mai important pentru tinerii cu vârsta cuprinsă între 18 și 25 de ani - în această grupă de vârstă, 80% au indicat nevoia de a face cumpărături online. Cu toate acestea, cumpărăturile online și plățile cu telefonul mobil sunt importante și pentru persoanele în vârstă – 54% dintre respondenți au spus acest lucru. Participanții la sondaj, cărora li s-a cerut să identifice principalele beneficii ale cumpărăturilor online, au menționat patru factori:

- Pot examina prețurile într-un mod rapid și practic (63%);
- Pot economisi timp (54%);
- Gamă mai largă de magazine, branduri, oferte și produse (32%);
- Cumpărături și livrare non-contract (29%).

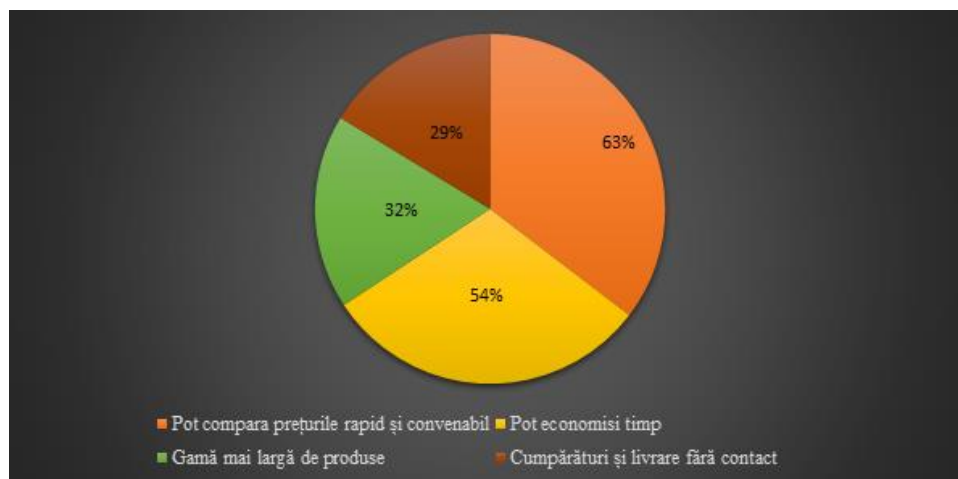


Figura 1. Diagrama sondajului cu referire la cumpărăturile online

Evident că pe lângă beneficii regăsim și partea mai puțin pozitivă a cumpărăturilor online. După cum putem observa, un procent foarte mare de cumpărători sunt tinerii, ceea ce semnifică că populația în vârstă nu are acces și, respectiv, nu pot efectua cumpărăturile online.

Un alt dezavantaj identificat este intangibilitatea produsului în momentul achiziționării. Dacă mergând în magazin poți pipăi un produs, vedea mărimea exactă a acestuia și cât de calitativ este, atunci efectuând o comandă online nu există această posibilitate. Mai ales că există site-uri care nu acceptă returnarea unui produs după achiziționare. Acest lucru ne convinge că încă mai este nevoie de o perioadă de timp până când cumpărăturile online vor deveni un lucru obișnuit pentru toată societatea.

După cum am menționat anterior, IMM reprezintă un factor important pentru creșterea economică, deoarece sunt cunoscute pentru capacitatea lor de a genera un număr semnificativ de locuri de muncă. O expansiune sau o creștere a acestui sector contribuie direct la reducerea șomajului la nivel național. De asemenea au tendința de a avea legături puternice cu comunitățile lor locale. Acestea pot contribui la dezvoltarea economică locală prin angajarea de personal local, sprijinirea furnizorilor locali și implicarea în activități de caritate sau sponsorizare. Și nu în ultimul rând, activitatea IMM-urilor poate inspira alți antreprenori să înceapă propriile afaceri, ceea ce conduce la creșterea numărului de întreprinderi și la dezvoltarea ecosistemului antreprenorial. Elucidarea contextelor de dezvoltare ale acestui sector și sprijinul adecvat din partea guvernelor și organizațiilor poate amplifica impactul pozitiv al IMM-urilor asupra economiei naționale și a societății în ansamblu.

Totodată, o afacere lansată în mediul online necesita forța de fi menținută și de a obține profit. Într-o lume virtuală în care ai acces la absolut orice informație, concurența este un indicator primordial pentru orice întreprindere. Pentru a te putea lansa și menține pe piață și evident a face față concurenților, marketingul este cel ce permite companiilor să înțeleagă și să anticipeze nevoile consumatorilor, să creeze relații puternice cu clienții și să se adapteze la schimbările constante din mediul de afaceri. Alegerea celor mai optime strategii de marketing pentru a dezvolta o afacere depinde de mai mulți factori, precum: industria, dimensiunea afacerii, publicul țintă, bugetul disponibil și obiectivele specifice. În același timp, marketingul nu este doar despre publicitate și promovare. În marketing există cei „5 P-uri”. Acestea sunt elementele esențiale pe care o afacere trebuie să le ia în considerare pentru a dezvolta și a promova produsele sau serviciile sale. Cele „5 P-uri” ale marketingului sunt:

- **Produs (Product):** Acesta se referă la produsul sau serviciul care este oferit pe piață consumatorului, incluzând următoarele caracteristici: calitatea, design-ul, ambalajul produsului.
- **Preț (Price):** Prețul reprezintă suma de bani pe care clienții trebuie să o plătească pentru a achiziționa produsul sau serviciul dat.
- **Promovare (Promotion):** Aceasta se referă la toate activitățile de marketing și publicitate utilizate pentru a promova produsul. Acesta include: publicitatea, vânzările personale, relațiile publice, marketingul online.
- **Loc (Place):** Acesta se referă la canalul sau locul prin care produsul sau serviciul ajunge la consumatori. Include distribuția fizică (cum ar fi magazinele fizice) sau canalele de distribuție online (cum ar fi siteurile web sau platformele de comerț electronic).
- **Oameni (People):** Oamenii se referă la toate persoanele implicate în furnizarea și interacțiunea cu produsul sau serviciul propus, inclusiv personalul de vânzări, serviciul clienți, personalul de suport și oricine care are un impact asupra experienței clienților.

Este important de observat cum aceste „5 P-uri” funcționează împreună. Oferirea unui produs de calitate (Produs) la un preț corect (Preț), promovarea eficientă a acestuia (Promovare) și asigurarea că ajunge la clienți în locurile potrivite (Loc) cu ajutorul personalului competent (Oameni) sunt toate elemente cruciale pentru succesul pe piață.

De asemenea, înainte de a presta un serviciu sau a propune spre vânzare un anumit produs, prestatorul trebuie să evidențieze în prim plan că produsul sau serviciul oferit este deosebit față de cel al concurenților și să-i ofere maximă atenție prin publicitate: TV, bannere publicitare, promovarea produsului pe rețelele de socializare, participare la diverse târguri și proiecte etc.

Un alt aspect important îi revine și marketingului de influență, colaborarea cu influențatorii din industrie care pot atrage clienți într-un timp relativ scurt și ca acest public să devină unul fidel, de aceea se aplică diverse promoții, reduceri. Datorită publicității este relativ ușor să ademenești un client, însă este mai greu să-l faci să fie fidel. Nu în zadar se spune că prima impresie este cea mai

importantă. În acest sens mulți antreprenori recurg la diverse strategii (reduceri pentru o ulterioară comandă, diverse testere pentru noile produse, bonusuri sau cupoane) pentru a-l ademini pe client și să facă astfel ca acesta să revină pentru un nou produs. Oricine iubește atenția, iar oferirea atenției și grijii clienților este un element esențial în dezvoltarea și menținerea unei afaceri prospere, pentru că clienții mulțumiți sunt mai dispuși să împărtășească experiența lor cu alții și este posibil ca un client fidel să îți aducă alții 5 noi. Și cel mai important, într-un mediu de afaceri concurențial, fidelitatea clienților este cea mai puternică armă.

Concluzii:

Așa dar, este esențială că odată cu nașterea unei idei de afaceri, trebuie să se nască în același timp și un set de strategii de dezvoltare a afacerii. Acestea vor influența modul în care afacerea interacționează cu clienții, cum promovează produsele sau serviciile și cum concurează pe piață. Doar o abordare bine gândită și o execuție eficientă a strategiilor de marketing pot avea un impact semnificativ asupra performanței și a creșterii afacerii. Posibilitatea tinerilor de a deschide o afacere în mediul online este mai accesibilă și promițătoare ca niciodată. Mediul online oferă o platformă ideală pentru antreprenorii tineri să-și dezvolte afaceri și să-și testeze ideile.

Referințe bibliografice:

- [1]. Chiriac V., Ganenco A. Impactul pandemiei COVID-19 asupra activității entităților micului business. Chișinău: Tipografia Totex-Lux, 2022, 251p.
- [2]. Diaconescu Mihai. Marketing. Editura: Universitara, 2011, 196p.
- [3]. Sewell Carl, Brown Paul B. Clienți pe viață. București: Editura Publica, 2009, 264p.
- [4]. <https://makeitacademy.com/digital-marketing/>
- [5]. <https://ro.linkedin.com/pulse/strategii-de-marketing-ce-sunt-si-cum-le-implementezi-/29.10.2023>
- [6]. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/5-ps-marketing/29.10.2023>

IMPACTUL COMERȚULUI ELECTRONIC ASUPRA DOMENIULUI DE AFACERI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Nadejda BOȘCANEANU ¹ Ema PATRAȘCU ² Andreea TABARCEA ³

¹ Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005, Republica Moldova, Tel: +37368323399, E-mail: boscaneanu.nadejda@ase.md

² Colegiul Național de Comerț al ASEM din Chișinău, 18 Petru Rareș str., MD-2005, Republica Moldova, Tel: +37369274873; Email: emapatrascu3@gmail.com

³ Colegiul Național de Comerț al ASEM din Chișinău, 18 Petru Rareș str., MD-2005, Republica Moldova, Tel: +37369697967; Email: andreeatabarcea@mail.ru

Abstract.

E-commerce, a powerful force reshaping the global business landscape, has not left the Republic of Moldova untouched. The impact of e-commerce on the business domain in the Republic of Moldova has become a topic of increasing interest for economists, entrepreneurs, and researchers alike. This article delves into the profound impact of e-commerce on the business domain in the Republic of Moldova, analyzing the significant changes, opportunities, and challenges brought about by this technological evolution. We will investigate the ways in which businesses in Moldova are adjusting to the demands of the digital landscape, assess the extent of e-commerce growth in the country, and explore potential future developments. Furthermore, we will delve into the roles played by the government, business owners, and consumers in fostering and solidifying e-commerce within Republic of Moldova.

Cuvinte cheie: e-commerce, consumatori, dezvoltare economică.

Comerțul electronic a devenit un catalizator puternic pentru dezvoltarea economică și transformarea modului în care afacerile sunt conduse în întreaga lume, Republica Moldova, având o populație de numai 2,6 milioane de locuitori și frontiere comune cu Ucraina și cu România, nu face excepție. Impactul comerțului electronic asupra domeniului de afaceri în Republica Moldova este semnificativ și a adus o serie de schimbări notabile în mediul de afaceri. În acest articol, vom explora această evoluție cu ajutorul datelor statistice relevante pentru a înțelege mai bine dimensiunea și natura acestei transformări.

Comerțul electronic, cunoscut și sub denumirea de e-commerce, a cunoscut o creștere semnificativă la nivel global în ultimii ani, iar acest fenomen a avut un impact semnificativ asupra domeniului de afaceri din țară. În ultimii ani, Moldova a asistat la o creștere considerabilă a utilizării platformelor online pentru a cumpăra și vinde produse și servicii. Acest fenomen a schimbat nu doar modul în care consumatorii își satisfac nevoile, ci și modul în care entitățile din Republica Moldova își desfășoară activitatea și își extind prezența pe piața globală. De la creșterea vânzărilor online și extinderea gamei de produse disponibile pe internet până la transformarea metodelor de promovare și logistica de livrare, comerțul electronic a provocat schimbări semnificative în peisajul afacerilor din Republica Moldova. Aplicațiile destinate consumatorilor de genul magazinelor sau complexelor comerciale electronice au cunoscut o puternică evoluție ascendentă. Potențialii cumpărători abordează magazinele electronice cu ajutorul device-urilor pentru a obține informații despre produsele oferite. În multe cazuri întâlnim o serie de greutăți în acest proces. Cu frecvență sporită este reclamată lipsa unor cataloage care să permită clientului să acționeze cu promptitudine în luarea deciziei de cumpărare. Una dintre cele mai evidente influențe ale comerțului electronic asupra afacerilor din Republica Moldova este creșterea vânzărilor online. Datorită comodității și gamei variate de produse disponibile

online, tot mai mulți consumatori aleg să facă cumpărături pe internet, determinând astfel afacerile să se adapteze. Multe companii tradiționale au început să-și extindă prezența online sau să creeze magazine virtuale pentru a-și atinge clienții în mediul digital. Conform datelor statistice recente, în următorii ani, volumul vânzărilor online a înregistrat o creștere constantă.

Tranzacțiile efectuate fără utilizarea banilor cash de către locuitorii Republicii Moldova, în special cele realizate prin intermediul site-urilor de comerț electronic, au cunoscut o creștere notabilă în 2021, conform informațiilor furnizate de Ministerul Economiei. În 2021 au fost efectuate în total 129,5 milioane de plăți fără numerar. Dintre acestea, 15 milioane de operațiuni au fost efectuate fără prezența fizică a cardului, pe platforme de comerț electronic, cu cardurile de plată emise în Republica Moldova, ceea ce constituie 11,5%, iar 3,3 milioane operațiuni, în valoare de 1,6 miliarde de lei, au fost efectuate pe platforme de e-comerț în Republica Moldova. Alte 11,7 milioane operațiuni, în valoare de 5 miliarde de lei au fost efectuate pe platforme e-comerț peste hotare. Atât numărul, cât și valoarea plăților au înregistrat creșteri de 36,3 la sută și, respectiv 37,5 la sută, față de anul 2020.

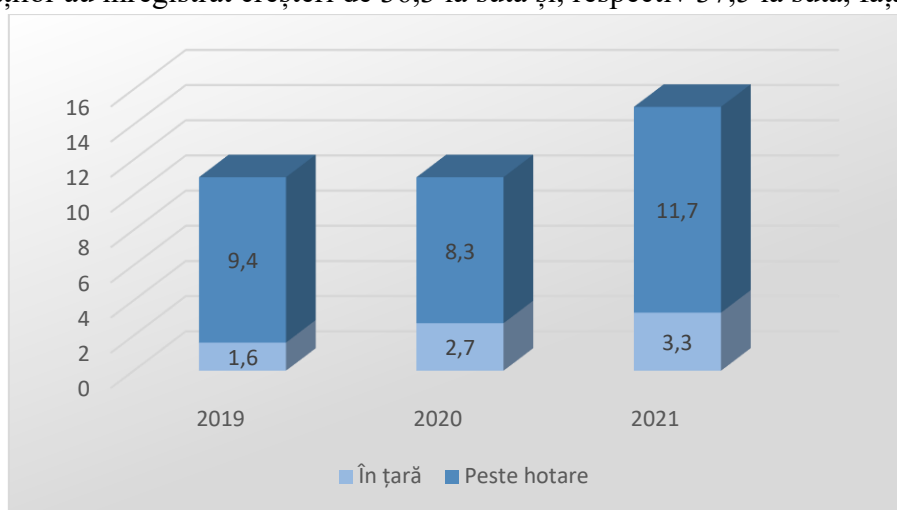


Figura 1. Numărul operațiunilor bancare pe platforme de e-comerț (mld. lei)
(elaborat de autori în baza datelor BNM)

Din numărul total de plăți, 78,3% sunt efectuate pe platforme de comerț electronic de peste hotare și 21,7% pe platformele de comerț electronic înregistrate în Republica Moldova. Totodată, pe parcursul anului 2021, s-a majorat cu 11,2% față de anul 2020 numărul platformelor de comerț electronic în Republica Moldova, atingând cifra de 584 platforme la sfârșitul anului 2021, comparativ cu 525 în anul 2020 și 408 în anul 2019. [1]

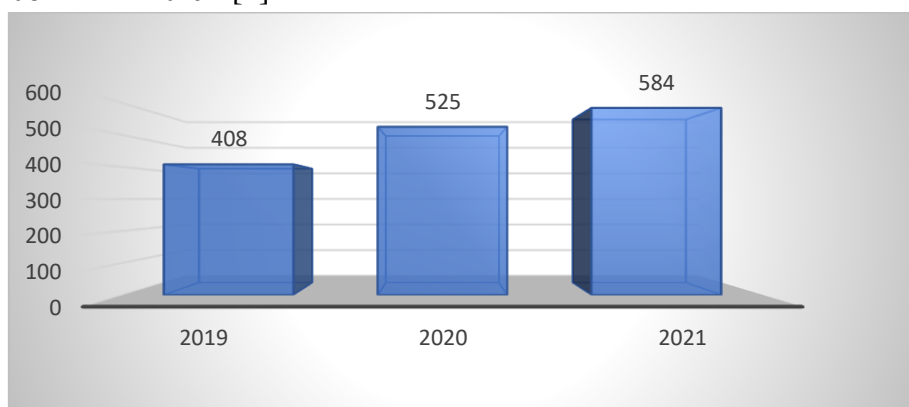


Figura 2. Numărul platforme de e-comerț în Republica Moldova
(elaborat de autori în baza datelor BNM)

Comerțul electronic a facilitat și diversificat gama de produse și servicii disponibile în Republica Moldova. Afacerile au putut să își extindă oferta pentru a răspunde cerințelor pieței online. Astfel, produsele și serviciile în domenii precum fashion, tehnologie, alimentație, și multe altele sunt acum accesibile online, oferind consumatorilor opțiuni variate și oportunitatea de a alege dintr-o gamă extinsă de produse și servicii.

Comerțul electronic a determinat și o schimbare semnificativă în modul de promovare și vânzare a produselor și serviciilor. Afacerile din Republica Moldova au adoptat tehnici avansate de marketing online, precum publicitatea digitală, optimizarea motoarelor de căutare și utilizarea rețelelor de socializare pentru a-și atinge publicul țintă. Acest lucru a condus la o mai mare vizibilitate și oportunități de creștere pentru companii. O altă statistică relevantă este rata ridicată de utilizare a dispozitivelor mobile în Republica Moldova. Aproape 60% din populație deține un smartphone, ceea ce a dus la o creștere semnificativă a achizițiilor online făcute de pe aceste dispozitive. Aplicarea tehnologiilor mobile a permis accesul facil la platforme de e-commerce și a propulsat achizițiile online, sporind astfel oportunitățile pentru antreprenorii din Moldova să-și extindă afacerile.

Tabelu 1. Numărul de entități care au avut vânzări web de bunuri și servicii, și cifra de afaceri realizată din vânzări web (elaborat de autori în baza datelor BNS)

Numărul de entități cu vânzări web de bunuri și servicii	385	340
Din care:		
prin site-urile web sau aplicațiile entității (inclusiv extranet)	324	291
prin site-urile web sau aplicațiile de pe piața comerțului electronic	154	130
către clienții situați în Republica Moldova	309	274
către clienții situați în țări ale U.E.(UE-27)	109	99
către clienții situați în țările CSI	56	52
către clienții situați în restul lumii	96	87
Cifra de afaceri realizată din vânzările web de bunuri și servicii, mii lei	5144805,1	5021941,5
Din care:		
prin site-urile web sau aplicațiile entității (inclusiv extranet), mii lei	4756627,6	4727362,6
prin site-urile web sau aplicațiile de pe piața comerțului electronic folosite, mii lei	388177,5	294578,9
către consumatori finali, mii lei	3682003,5	3658542,8
către entități (întreprinderi, autoritățile publice etc.), mii lei	1462801,6	1363398,7
Total:	Total	Mun. Chișinău

Cumpărătorii din Republica Moldova s-au obișnuit tot mai mult cu efectuarea achizițiilor online. Aceasta a condus la o creștere a cererii pentru produse și servicii online, ceea ce a determinat o concurență mai puternică în mediul digital. De asemenea, consumatorii au devenit mai informați și mai exigenți, făcând presiune asupra afacerilor pentru a oferi produse și servicii de calitate superioară. Pe măsură ce comerțul electronic a crescut în Moldova, au apărut și noi provocări și oportunități pentru antreprenori. Dacă unii s-au confruntat cu dificultăți legate de concurență și de asigurarea logisticii eficiente pentru livrări, alții au reușit să inoveze și să-și dezvolte afacerile pe platforma online. De exemplu, mulți antreprenori locali au început să vândă produse tradiționale și artisanale în afara țării, expunând astfel Moldova pe piața internațională.

Totuși, nu toate aspectele privind comerțul electronic sunt pozitive. Republica Moldova întâmpină și anumite dificultăți asociate cu această expansiune accelerată a vânzărilor pe internet. Printre aceste dificultăți se numără:

1. Infrastructura digitală mai puțin dezvoltată: Accesul la internet de mare viteză și infrastructura digitală rămân o problemă în anumite zone ale țării.
2. Protejarea consumatorilor: Creșterea comerțului electronic a adus cu sine și preocupări legate de securitatea datelor și drepturile consumatorilor.
3. Concurența acerbă: Pentru a supraviețui în mediul online, afacerile trebuie să se confrunte cu o concurență puternică și să se adapteze constant pentru a rămâne relevante.
4. Comisioane exagerate: Comercianții online din Moldova se confruntă și cu perceperea unor comisioane exagerat de mari de către operatorii internaționali VISA și Mastercard pentru efectuarea tranzacțiilor online. De remarcat că aceste taxe sunt printre cele mai mari din regiune, cu o medie cuprinsă între 2-4% per tranzacție. Pentru comparație, taxele comercianților online din țări limitrofe, cum ar fi Ucraina și România, sunt de doar 2%. [2]
5. Taxa anuală: Comercianții se confruntă cu o taxă anuală de-a dreptul amețitoare de 10.000 de lei (591 USD) pentru dreptul de a opera pe piață.

Această taxă reprezintă un obstacol major pentru tinerii antreprenori care ar dori să activeze pe piața online în mod legal, creându-și propriile entități, iar acest lucru prezintă un dezavantaj pentru comercianții tradiționali cu amănuntul, care nu trebuie să plătească astfel de taxe. [3]

Concluzii.

În concluzie, comerțul electronic are un impact semnificativ asupra sferei afacerilor în Republica Moldova, schimbând radical modul în care se desfășoară tranzacțiile și interacțiunile comerciale. Creșterea accesului la internet și adoptarea tehnologiei au favorizat o tranziție rapidă către mediul online, oferind oportunități atât pentru consumatori, cât și pentru antreprenori. Pe de o parte, consumatorii beneficiază de o varietate mai mare de produse și servicii la îndemână, precum și de comoditatea cumpărăturilor de acasă. Entitățile, pe de altă parte, au acces la o piață mai extinsă și au posibilitatea de a-și diversifica și optimiza operațiunile. Cu toate acestea, dezvoltarea rapidă a comerțului electronic a adus și provocări, inclusiv necesitatea îmbunătățirii infrastructurii de livrare și plăți, precum și asigurarea securității datelor consumatorilor. În ansamblu, comerțul electronic reprezintă un motor puternic de inovație și creștere pentru economia Republicii Moldova.

Referințe bibliografice:

- [1]. Dumitrița Culiuc, Tot mai mulți moldoveni folosesc plățile fără numerar, 2022.
- [2]. Anton Vașciuk și Olga Ionel, Viitorul comerțului electronic stă în sprijinul oferit de stat, 2020.
- [3]. Anton Vașciuk și Olga Ionel, Viitorul comerțului electronic stă în sprijinul oferit de stat, 2020.

IMPOZITE ȘI STIMULENTE PENTRU SECTORUL ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII

¹Claudia PLĂMĂDEALĂ Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, Email: claudia.plamadeala@gmail.com

²Rodica CATINCOV, Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, Email: rodicacatinco@gmail.com

Abstract

This article aims to explore the complex relationship between taxes levied on small and medium enterprises (SME) and the tax incentives provided to support their development. We will understand the impact of taxation on the investment, innovation and growth decisions of these enterprises. It is also very important to know the ways in which governments and tax authorities can use tax instruments to support SME and promote a healthy business environment. In an era where tax policy is increasingly important for stimulating the economy and achieving sustainable development goals, a deep understanding of the impact of taxation on SME is essential. The business environment represents one of the basic pillars of the development and advancement of a state under various aspects. Its analysis is extremely important for strengthening the capabilities of companies, which represent the driving force of the state's prosperity and economic growth.

Cuvinte cheie: *Întreprinderi mici și mijlocii, stimulente, impozite, inovare, economie, impozit pe venit, regim fiscal, scutiri, taxe, buget, competitivitate, resurse financiare, dezvoltare, integritate, extinderea afacerilor.*

Dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii (ÎMM) este un aspect crucial pentru creșterea economică, inovare și crearea de locuri de muncă într-o economie. ÎMM-urile reprezintă o parte semnificativă a sectorului privat și pot avea un impact semnificativ asupra prosperității unei țări.

Biroul Național de Statistică comunică că, în Republica Moldova în anul 2023:

1. întreprinderile mici și mijlocii (ÎMM) au constituit circa 99,2% din numărul total al întreprinderilor raportoare;
2. numărul mediu al salariaților în ÎMM a constituit 347,3 mii, deținând 65,6% din total numărul mediu de salariați al întreprinderilor;
3. veniturile din vânzări ale ÎMM au însumat 274,8 milrd. lei sau 44,9% din venituri din vânzări în total pe economie.

Într-o lume marcată de schimbări economice rapide și incertitudine, sectorul ÎMM joacă un rol esențial în dezvoltarea economică. ÎMM reprezintă coloana vertebrală a economiilor globale, contribuind la inovație, creștere economică și coeziune socială, rezultând că ele sunt cu cea mai mare pondere în totalul întreprinderilor. Cu toate acestea, ele se confruntă cu numeroase provocări, inclusiv cele legate de fiscalitate. Impozitele și stimulentele fiscale au un impact semnificativ asupra acestui sector vital, influențând atât capacitatea de supraviețuire a întreprinderilor, cât și dezvoltarea lor pe termen lung.

Există de astfel și situații în care ai posibilitatea de a alege să aplici fie regimul fiscal al agenților economici subiecți ai sectorului întreprinderilor mici și mijloc ÎMM (4%), fie regimul de impozitare aplicat în modul general stabilit. Astfel, poți alege să plătești fie impozitul pe venit, fie impozitul pe profit:

- a) Atunci când, conform situației din data de 31 decembrie a perioadei fiscale precedente perioadei fiscale de declarare, ai obținut un venit din activitatea operațională din livrări scutite de TVA sau din livrări scutite și impozabile cu TVA în sumă de până la 1,2 milioane de lei, cu condiția că livrările scutite de TVA depășesc 50% din cele impozabile cu TVA;

- b) Atunci când, conform situației din data de 31 decembrie a perioadei fiscale precedente perioadei fiscale de declarare, nu ai obținut venit din activitatea operațională;
- c) Dacă te-ai înregistrat pe parcursul perioadei fiscale de declarare, alegerea regimului fiscal se realizează prin indicarea lui în politica ta de contabilitate până la data de 25 a lunii următoare trimestrului de înregistrare.

În 2006, Republica Moldova a aprobat Legea privind susținerea sectorului IMM, care prevede direcțiile susținerii de stat a IMM-urilor, subiectele și obiectele susținerii, fondurile specializate, strategiile de stat etc. Susținerea de către stat a întreprinderilor mici și mijlocii se efectuează diferențiat, în funcție de genul de activitate, de perioada de funcționare și de numărul agenților economici, cu utilizarea diferitor forme și metode de susținere și surse de finanțare. În Republica Moldova a fost creată Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului IMM (ODIMM), care are statut de organizație necomercială pe lângă Ministerul Economiei, și are drept scop implementarea politicii de stat privind susținerea dezvoltării întreprinderilor micro, mici și mijlocii, în conformitate cu strategiile de susținere a dezvoltării acestui sector și cu alte strategii și programe ale Guvernului.

Ajutoarele de stat pentru sectorul IMM pot fi oferite de către guvernele sau autoritățile locale pentru a sprijini dezvoltarea acestor întreprinderi, care joacă un rol crucial în economia unei țări. Aceste ajutoare pot lua diverse forme și au ca scop stimularea creșterii economice, crearea de locuri de muncă, inovarea și dezvoltarea durabilă a sectorului IMM, ca de exemplu:

1. Subvenții și granturi: Guvernele pot oferi subvenții sau granturi financiare pentru IMM-uri pentru a sprijini proiecte de dezvoltare, investiții în echipamente sau tehnologii noi sau pentru a încuraja inovarea;
2. Reduceri fiscale și scutiri de taxe, oferirea reducerii sau eliminarea temporară a anumitor impozite sau taxe pentru IMM-uri pentru a le ajuta să reducă povara fiscală;
3. Sprijin pentru export. IMM-urile pot primi asistență în dezvoltarea și promovarea exportului, inclusiv acces la resursele de cercetare de piață și la rețele internaționale de afaceri.
4. Asistență pentru formare și dezvoltare de competențe, asta însemnând că se pot sprijini IMM-urile oferind programe de formare și dezvoltare de competențe pentru angajați sau antreprenori, pentru a crește calificările forței de muncă și pentru a spori competitivitatea IMM-urilor.

De asemenea statul își planifică pentru următorii 3 ani, pentru programele analizate 2023-2025, ce acțiuni să întreprindă și ce sumă să aloce pentru acestea, cum ar fi:

1. Acordarea serviciilor de pregătire pentru export a IMM, în limita bugetului aprobat;
2. Sprijinirea dezvoltării IMM-urilor și integrarea acestora în lanțurilor valorice prin *Programul de dezvoltare a furnizorilor locali* în sumă de 10 000 mii lei;
3. Crearea Platformelor Industriale Multifuncționale și sprijinirea IMM-urilor rezidente în sumă de 30 000 mii lei
4. Implementarea *Programului de Ecologizare pentru IMM-uri* în sumă de 10 000 mii lei;
5. Implementarea *programului de retehnologizare și eficiență energetică a IMM pentru a sprijini investițiile în echipamente și tehnologii noi* în sumă de 100 000 mii lei;
6. Sprijinirea digitalizării IMM prin implementarea *Programului de Transformarea Digitală a IMM* în sumă de 10 000 mii lei;
7. Sprijinirea internaționalizării IMM-urilor prin implementarea *Programului de creștere a competitivității întreprinderilor și internaționalizare a acestora* în sumă de 10 000 mii lei;

8. Sprijinirea producătorilor mici să acceseze pieței locale prin *Programul de suport pentru micii producători*.

Tabelul 1. Valoarea și structura ajutorului de stat raportat pe obiective orizontale în perioada anilor 2019-2021

Nr.	Obiectivul orizontal	2019		2020		2021	
		mii lei	%	mii lei	%	mii lei	%
1.	Pentru susținerea IMM	5 840	3,19	10 635	8,49	5 402	2,08
2.	Cercetare/dezvoltare și inovare	76 687	41,93	10 627	8,48	10 247	3,95
3.	Protecția mediului	48 703	26,63	51 071	40,77	220 700	84,97
4.	Ajutor pentru instruirea angajaților și pentru crearea de noi locuri de muncă	51674	28,25	52 921	42,25	23 385	9,00
5.	Total	182 904	100	125 255	100	259 734	100

Sursa: Raportul privind ajutoarele de stat acordate în Republica Moldova pentru anul 2021

Rezultatele din tabelul 1 ne arată că pentru susținerea IMM-urilor în 2020 s-au acordat cele mai multe ajutoare din considerentul impactului economic al pandemiei, COVID-19 a avut un impact devastator asupra economiilor globale, determinând o contracție economică semnificativă și închiderea temporară sau restricționarea activităților multor întreprinderi. IMM-urile au fost afectate în mod deosebit de grav, deoarece multe dintre ele nu dispuneau de resursele financiare necesare pentru a face față perturbărilor majore ale pieței, iar cum acestea ocupă cea mai mare pondere din totalul întreprinderilor din Republica Moldova statul a luat decizia de a majora sumele de ajutoare.

Unu exemplu de oferire a ajutorului asupra IMM-urilor sunt granturile de cofinanțare (PAC Granturi) care este o sub-componentă a Proiectului Ameliorarea Competitivității. Componenta oferă întreprinderilor mici și mijlocii suport financiar nerambursabil pentru a investi în activități cu valoare adăugată sau procese orientate spre export. Scopul Componentei de Grant este de a ajuta IMM-le să implementeze un set de activități care urmăresc îmbunătățirea competitivității la export. Proiectul va ajuta întreprinderile moldovenești să-și mărească potențialul de export folosind serviciile de dezvoltare a afacerilor și alte servicii relevante pentru a-și ameliora competitivitatea la export. Componenta are un buget de 3 milioane USD, sumă de care vor beneficia aproximativ 250 IMM-uri. Exemple de servicii de dezvoltare:

1. Dezvoltarea imaginii corporative sau de produs (design de brand-book, ambalaj, etichete, site, texte, video, etc.);
2. Dezvoltarea și integritatea sistemelor informaționale computerizate financiare, de management sau de producere (1C, CRM, ERP, CAD, etc.);
3. Implementarea standardelor internaționale de management al calității (ISO, HACCP, ECO label, etc.);
4. Instruirea angajaților, dezvoltarea organizațională sau managementul resurselor umane;

5. Reorganizarea și optimizarea proceselor de producere;
6. Elaborarea strategiei de export, setarea planului de acțiuni, pregătirea procesului logistic (căutarea de parteneri, asistență în negocieri, pregătirea modelelor de contracte și a documentației de export, livrarea produsului);
7. Alte servicii specifice de transfer tehnologic și know-how.

În urma analizei asupra impozitelor și stimulentele fiscale destinate sectorului IMM-urilor, se poate face concluzia că aceste instrumente au un impact semnificativ asupra mediului de afaceri. Reducerea impozitelor pentru IMM reprezintă o modalitate eficientă de sprijinire a dezvoltării acestui sector crucial pentru economie. Stimulentele fiscale, cum ar fi scutirile sau reducerile de impozite, pot constitui un factor determinant în decizia antreprenorilor de a iniția sau extinde afacerile. Aceste măsuri contribuie la creșterea competitivității IMM-urilor, facilitând accesul la resursele financiare necesare pentru investiții și inovații. Totuși, este important să se țină cont de echilibrul fiscal, astfel încât beneficiile acordate sectorului IMM să nu compromită stabilitatea bugetului național. O monitorizare atentă a impactului acestor măsuri este esențială pentru a asigura că obiectivele fiscale și cele economice sunt în concordanță. În ceea ce privește inovația, stimulentele fiscale pot stimula investițiile în cercetare și dezvoltare în sectorul IMM, generând progrese tehnologice și îmbunătățiri ale produselor și serviciilor oferite. Cu toate acestea, există și provocări asociate cu implementarea corectă a acestor politici fiscale. Este esențial ca guvernele să monitorizeze și să evalueze constant impactul acestor măsuri pentru a asigura că beneficiile sunt distribuite echitabil și că nu există abuzuri sau evaziuni fiscale. În concluzie, impozitele și stimulentele fiscale pentru IMM-uri reprezintă un instrument eficient în promovarea creșterii economice și a inovației. Cu o gestionare responsabilă și adaptabilă, aceste politici fiscale pot contribui semnificativ la prosperitatea sectorului IMM.

Referințe bibliografice:

- [1]. Raportul privind ajutoarele de stat acordate în Republica Moldova pentru anul 2021
- [2]. Hotărâre cu privire la aprobarea Programului național pentru promovarea antreprenoriatului și creșterea competitivității în anii 2023-2027 (Programul PACC 2027)
- [3]. MINCU, Georgeta, Evaluarea stimulentele economice pentru dezvoltarea IMM-urilor, Plenul consiliului concurenței 03 decembrie 2020
- [4]. <https://www.finantari.md/source>

REGIMUL FISCAL AL PERSOANELOR FIZICE CE DESFĂȘOARĂ ACTIVITĂȚI INDEPENDENTE

¹Claudia PLĂMĂDEALĂ, Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, Email: claudia.plamadeala@gmail.com

²Ionela COJOCARU, Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, Email: cojocar.ionella10@mail.ru

Abstract

In this paper, general information is presented about the independent activity carried out by individuals, with the main focus on the tax regime. In recent times, there have been various changes aimed at stimulating the practice of independent activity by individuals, as it serves as a stepping stone towards starting more businesses. The changes that have occurred also pertain to the entrepreneur patent, which allows for the conduct of activities without the need for a legal form. In this way, the paper highlights the specificities of the tax regime for individuals engaged in independent activities and the modifications it has undergone in recent times.

Cuvinte cheie: Regim fiscal, activitate independentă, patentă, venit, persoane fizice.

Impozitarea joacă un rol important în viața unui stat. Acest proces afectează într-un fel sau altul toți cetățenii acelui stat. Impozitele afectează veniturile persoanelor ce îndeplinesc funcția de contribuabili și constituie baza veniturilor statului care sunt utilizate pentru acoperirea cheltuielilor acestuia în vederea satisfacerii nevoilor comune.

Persoanele fizice și juridice care îndeplinesc rolul de contribuabili sunt impozitate în moduri diferite în dependență de variate criterii respectând un șir de principii. Regimul fiscal aplicat persoanelor fizice și juridice pe lângă acumularea de resurse în bugetul de stat poate servi și pentru alte scopuri. Acestea putând fi limitarea practicării unor activități ce sunt nocive (accizele la băuturi alcoolice, țigări) sau încurajarea altor activități care ar fi utile pentru societate (precum susținerea dezvoltării anumitor tipuri afaceri prin aplicarea unor cote de impunere mai mici).

Persoanele fizice care desfășoară activități de întreprinzător preferă să activeze în baza patentei în defavoarea activității independente. În vederea ameliorării acestei situații și stimulării dezvoltării afacerilor au fost incluse modificări în Legea nr.281 din 16.12.2016 Cu privire la modificarea și completarea unor acte legislative [1]; la fel, desfășurarea comerțului cu amănuntul, cu produsele alimentare și mărfurile autohtone ușor alterabile (poziția 1.1 și 1.2 din anexa la Legea nr. 93-XIV din 15 iulie 1998 [2] cu privire la patenta de întreprinzător) au putut fi desfășurate în baza patentei până la 31.12. 2018 doar de cei care dețineau patentă pentru respectivele activități la data de 31.12. 2016 și până la 31.12.2023; de ei care dețineau aceste patente la 31.12.2018 ajungând ca începând cu 01.07.2023 desfășurarea comerțului cu amănuntul, cu produsele alimentare și mărfurile ușor alterabile să nu mai fie permisă conform noilor modificări aduse legii în cauză. Astfel o alternativă pentru aceste persoane fiind fie trecerea la desfășurarea de activități independente sau înregistrarea unei forme juridice.

Persoanele fizice care desfășoară activități independente au un regim fiscal deosebit de cel al altor categorii de persoane fizice considerând că activitatea independentă reprezintă o activitate de comerț desfășurată de o persoană fizică rezidentă doar în mod individual, fără a constitui o formă organizatorico-juridică, în urma căreia obține venit. [3]

Persoanele fizice care desfășoară activități independente trebuie să depună la subdiviziunea Serviciului Fiscal de Stat (SFS) unde sunt deservite Cererea de înregistrare/încetare a activității și

de înregistrare/radiere din evidență a Mașinii de Casă și Control (în continuare MCC) pentru persoanele care desfășoară activitate independentă. MCC fiind mașina de casă și control cu memorie fiscală care este un aparat utilizat în vederea înregistrării operațiunilor de casă precum și în vederea păstrării și imprimării informației legate de efectuare decontărilor în numerar. Acest aparat oferă o protecție a algoritmilor de lucru și nu permite modificările neautorizate a datelor fiind necesar desfășurării activității independente.

Ulterior înregistrării persoanele fizice care desfășoară activități independente au obligația de a ține evidența vânzărilor și procurărilor, acestea trebuie să urmărească ca să fie asigurată integritatea documentelor de evidență contabilă, iar operațiunile de încasare a numerarului trebuie să fie efectuate cu ajutorul MCC, de asemenea este necesar să elaboreze și să prezinte dările de seamă fiscale la Serviciul Fiscal de Stat (SFS) precum și să achite impozitele și taxele respectând termenele și mărimea acestora. Evidența operațiunilor desfășurate este dusă cu ajutorul contabilității în partidă simplă corespunzător modului stabilit de Ministerul Finanțelor.

Conform Codului Fiscal *Subiecții impunerii* sunt persoanele fizice rezidente care obțin venituri ce nu depășesc într-o perioadă fiscală sumă de 600 000 lei (veniturile fiind realizate din activități independente aferente comerțului cu amănuntul) și nu constituie o formă organizatorico-juridică pentru desfacerea activității [4]. Cota impozitului pe venit a persoanelor fizice care desfășoară activități independente constituie 1% (dar nu mai puțin de 3000 de lei) din obiectul impunerii care este venitul ce se realizează în perioada fiscală pentru care se face declararea din activități independente. Acest impozit se calculează anual și se achită pentru fiecare trimestru până la data de 25 a lunii următoare aferente trimestrului corespunzător [5].

În vederea simplificării regimului fiscal pentru persoanele fizice ce desfășoară activități independente începând cu 1 iulie 2023 au intrat în vigoare un șir de modificări. Aceste modificări și completări aferente regimului fiscal al persoanelor juridice ce desfășoară activități independente au la bază Legea nr. 356 din 29 decembrie 2022 [6].

Modificările care au intrat în vigoare de la 1 iulie 2023 se referă la faptul că veniturile obținute din activitatea independentă s-au majorat dublu ajungând la 2000000 lei. Totodată, este precizată obligația persoanelor fizice care desfășoară activități independente să folosească echipamentul de casă și control care trebuie să fie conectat la Monitorizarea electronică a vânzărilor. Acest lucru fiind important în procesul de documentare a comercializării de bunuri. În același timp un lucru important este păstrarea evidenței aferente procurării de bunuri destinate comercializării, documentele care consemnează această evidență fiind necesar a fi păstrate pentru o perioadă de 1 an.

SFS are responsabilitatea de a calcula impozitul pe venit ce ține de o perioadă fiscală, obligația contribuabilului fiind să prezinte datele necesare pe suport de hârtie sau dacă există posibilitatea în mod electronic.

O altă modificare (la legea menționată menționată anterior) ce se referă la regimul fiscal al persoanelor ce desfășoară activități independente a presupus neadmiterea desfășurării anumitor activități în baza patentei, deținătorii de patentă având opțiunea fie să se înregistreze într-o formă organizatorico-juridică, fie să treacă la activitate independentă care are un regim fiscal simplificat [7]. În acest sens este utilă analizare asemănărilor și diferențelor dintre activitatea independentă și patenta de întreprinzător prezentate în Tabelul 1.

Tabelul 1. Activitatea independentă versus activitatea în baza patentei de întreprinzător

Activitatea independentă	Activitatea în baza patentei de întreprinzător
Deosebiri	
- Se desfășoară fără a constitui o formă organizatorico-juridică, persoana fizică înregistrând activitatea independentă în baza cererii depusă la subdiviziunea SFS corespunzătoare adresei de domiciliu; - Contabilitatea este organizată în forma simplificată conform modului stabilit de Ministerul Finanțelor; - Persoana fizică care desfășoară activități independente sunt obligate să achite 1% din venitul obținut în perioada fiscală, totodată fiind scutite de plata taxelor locale; - Există obligația prezentării Declarației cu privire la impozitul pe venit (Formularul AI 17); - Este valabilă până la momentul cererii de încetare a activității independente.	- Nu se impune înregistrarea de stat a titularului acesteia și primirea licenței, ci doar obținerea patentei de la subdiviziunea SFS corespunzătoare adresei de domiciliu; - Cerințele ce privesc ținerea evidenței contabile și financiare nu sunt extinse asupra titularilor de patente; - Desfășurarea activității în baza patentei presupune plata taxei pentru patentă care include un șir de taxe și impozite precum impozitul pe venit, taxa pentru amenajarea teritoriului etc.; - Cerințele ce țin de prezentare dărilor de seamă financiare și statistice nu se extind asupra titularilor de patentă; - Are termen de valabilitate de la 1 la 12 luni;
Asemănări	
- Există obligația achitării contribuțiilor sociale de stat; - Suportă costul anual al poliței de asigurare în medicină; - Nu este permisă angajarea de personal.	

Sursa: Elaborat de autor în baza informațiilor din Ghidul privind înregistrarea/încetarea activității independente și onorarea obligațiilor fiscale și Legea nr. 93-XIV din 15 iulie 1998 cu privire la patenta de întreprinzător

În baza Tabelului 1 se pot observa clar particularitățile atât activității independente cât și a activității desfășurate în baza patentei de întreprinzători lucru ce permite înțelegere modificărilor la care vor trebui să se adapteze deținătorii de patentă care nu mai pot desfășura activități în baza acesteia. Totodată, deținătorii de patentă care decid să treacă la activitatea independentă vor trebui să achite contribuția lunară la Casa Națională de Asigurări Sociale (CNAS) în valoare de 1225 lei, aceștia fiind înregistrați automat la CNAS în baza datelor preluate de la SFS, modificarea respectivă intrând în vigoare din 13 iulie 2023.

Astfel, persoanele fizice care desfășoară activitate independentă sunt obligate să prezinte Forma CAS18-AN pentru perioada care urmează începând cu 1 iulie, în schimb persoanele fizice care erau înregistrate în calitate de plătitori la 1 ianuarie 2023 și ulterior până la 30 iunie 2023, au efectiva obligație de a prezenta respectiva Formă (CAS 18-AN) [8].

În urma modificărilor implementate 3526 din foștii patentari care reprezintă 95% au ales regimul de activitate independentă, iar din ceilalți rămași fie au trecut la alte forme organizatorico-juridice (SRL și ÎI) continuând să lucreze, fie și-au încheiat activitatea [9].

Conform datelor prezentate de Ministrul Dezvoltării Economice (Dumitru Alaiba) legea ce privește deținătorii de patentă nu are să aducă decât beneficii părților implicate. [9]

Regimul fiscal al persoanelor fizice ce desfășoară activități independente poate fi considerat având următoarele caracteristici [10]:

- *Plafonul de vânzări care constituie 1200000 lei pentru o perioadă fiscală, aceasta fiind reprezentată de anul fiscal;*
- *Cota de impozitare constituie 1% din veniturile din vânzări și este considerată ca fiind cea mai mică din Europa;*
- *Perioada de activitate nu este limitată și totodată activitatea independentă nu este limitată la tipuri de unități de comerț specifice;*
- *Regimul de evidență contabilă este simplificat, nefiind necesară o raportare complexă, ci doar prezentarea facturilor fiscale în cazul procurării mărfurilor de la persoane juridice sau în cazul procurării de la persoane fizice să se înregistreze acest lucru în Registrul de evidență a procurărilor;*
- *Avizul de plată eliberat de SFS servește drept bază pentru achitarea trimestrială a impozitului pe venit corespunzător vânzărilor înregistrate.*

Modificările aduse la regimul fiscal al persoanelor fizice ce desfășoară activități independente urmăresc atragerea mai multor persoane să desfășoare astfel de activități, precum și susținerea lor în vedere inițierii unei afaceri. Odată ce se ajunge la desfășurarea unei activități independente și obținerea unor venituri semnificative, persoanele care se ocupă cu aceasta ar putea avea tentația de a-și dezvolta o afacere și înregistra o formă organizatorico-juridică corespunzătoare. Pe lângă acest fapt modificările respective vizează și majorarea încasărilor la buget care reprezintă un lucru important pentru diferite aspecte ale activității unui stat. La fel, aceste modificări se așteaptă a oferi mai multă claritate, eficiență și impuls spre dezvoltarea mediului de afaceri din Republica Moldova.

Referințe bibliografice:

- [1]. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=96913&lang=ro
- [2]. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=137295&lang=ro#
- [3]. <https://sfs.md/uploads/document/42/document/ghid-activitatea-independenta.pdf-60267ad13416b.pdf>
- [4]. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120061&lang=ro
- [5]. <https://www.odimm.md/ro/presa/intrebarea-zilei/5019-cum-se-impoziteaza-persoanele-fizice-ce-desfasoara-activitati-independente>
- [6]. <https://cnas.gov.md/libview.php?l=ro&idc=360&id=6434&t=/Mass-media/Noutati/In-atentia-persoanelor-fizice-care-desfasoara-activitati-independente>
- [7]. <https://monitorul.fisc.md/activitatea-independenta--alternativa-pentru-contribuabilii-care-activeaza-in-baza-patentei-/>
- [8]. <https://agora.md/2023/07/14/detinatorii-de-patenta-care-trec-la-activitatea-independenta-vor-plati-contributia-de-asigurari-sociale-de-1200-lei-lunar>
- [9]. <https://moldova1.md/p/15893/reforma-patentei-95-dintre-fostii-patentari-au-trecut-la-activitate-independenta>
- [10]. <https://monitorul.fisc.md/activitatea-independenta--alternativa-pentru-contribuabilii-care-activeaza-in-baza-patentei-/>

DEFINIREA ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII

POPESCU P. CONSTANTIN SORIN, Colegiul Tehnic Rădăuți, ,str.TudorVladimirescu,Nr.4,
Rădăuți ,jud.Suceava,+40727862171,sorin_popescu59@yahoo.com

COVAȘĂ I.D. CORINA-ILEANA, Colegiul Tehnic Rădăuți, ,str.TudorVladimirescu,Nr.4,
Rădăuți ,jud.Suceava,+40771109758 ,corinacovasa@gmail.com

Abstract

Small and medium-sized enterprises ensure the proper functioning of a market economy. They adapt more easily to market changes. SMEs have limited access to financial resources and therefore have to turn to European funds. SMEs must focus on cutting-edge technologies, on new markets in order to maximize the efficiency of their activity and, implicitly, increase the profit.

Cuvinte cheie: *Întreprinderile mici și mijlocii, Cifra de afaceri, Finanțare, Eficiență, Concurență, Digitalizare, Uniunea Europeană.*

Întreprinderea este orice formă de organizare a unei activități economice, autonomă patrimonial și autorizată, potrivit legislației în vigoare să facă acte și fapte de comerț în scopul obținerii de profit, în condiții de concurență. Întreprinderi pot fi: societățile comerciale, societățile cooperatiste, persoanele fizice independente și asociațiile familiale, toate autorizate potrivit legislației în vigoare - Legea nr.346 din 14 iulie 2004.

Întreprinderea – unitate economică (de producție,de comerț sau de servicii sociale) care are o conducere unică. Societatea sau persoana juridică constituită printr-un contract între mai multe persoane fizice și/sau juridice care convin să pună în comun diferite valori, bunuri sau activități în scop lucrativ.[5]

În ceea ce privește sectorul IMM-urilor, principala lege care reglementează în prezent măsurile destinate creării cadrului favorabil înființării și dezvoltării acestor întreprinderi este Legea nr.346 din 14 iulie 2004.

IMM-urile sunt întreprinderile care îndeplinesc cumulativ următoarele condiții în conformitate cu Legea 346/2004:

- au un număr mediu anual de salariați mai mic de 250;
- realizează o cifră de afaceri anuală de până la 50 milioane euro, echivalent în lei, sau dețin active totale care nu depășesc echivalentul în lei a 43 milioane euro, conform ultimei situații financiare aprobate. Prin active totale se înțelege active imobilizate plus active circulante plus cheltuieli în avans.

IMM-urile se clasifică apoi în următoarele categorii:

- microîntreprinderi: au până la 9 salariați și realizează o cifră de afaceri anuală netă sau dețin active totale de până la 2 milioane euro, echivalent în lei;
- întreprinderi mici: au între 10 și 49 de salariați și realizează o cifră de afaceri anuală netă sau dețin active totale de până la 10 milioane euro, echivalent în lei;
- întreprinderi mijlocii: au între 50 și 249 de salariați și realizează o cifră de afaceri anuală de până la 50 milioane euro, echivalent în lei, sau dețin active totale care nu depășesc echivalentul în lei a 43 milioane euro. [1]
- IMM-urile care întrunesc diferitele criterii pot beneficia de:

- programe naționale și europene de sprijinire a afacerilor, precum cele pentru finanțarea cercetării, a competitivității și a inovării, care altfel nu ar fi permise în temeiul normelor UE privind ajutorul de stat;
- cerințe mai puține sau costuri reduse pentru conformarea la legislația UE. [2]

În realitatea economică se regăsesc două tipuri de IMM-uri: mica întreprindere tradițională (care, de regulă, nu are o strategie pe termen lung, dispune de o piață restrânsă de desfacere, iar procedeele de realizare a bunurilor sunt transmise din generație în generație) și IMMurile moderne (care utilizează tehnologii de vârf, sunt în căutare continuă de noi piețe și, prin competență, urmăresc maximizarea eficienței activității lor). IMM-urile, în special cele tradiționale, au puncte forte și puncte slabe. [6] Microîntreprinderile și IMM-urile alcătuiesc 99 % din totalul întreprinderilor din UE. Acestea au aproximativ 100 de milioane de angajați, constituind o sursă esențială de spirit antreprenorial și inovare, esențiale pentru competitivitatea întreprinderilor din UE. Politica UE în materie de IMM-uri are drept obiectiv să asigure că politicile și acțiunile Uniunii țin seama de nevoile întreprinderilor mici și contribuie la transformarea Europei într-un spațiu mai atractiv pentru crearea de întreprinderi și desfășurarea de activități economice. [3]

Conform statisticilor, IMM-urile digitalizate din România reprezintă doar 17% din total IMM-uri .

IMM-urile din România pot obține fonduri europene între 20.000-100.000 de euro, pentru achiziția de echipamente IT (calculatoare, laptopuri, servere) și alte soluții necesare pentru digitalizarea companiei. Prin intermediul acestui program, poți solicita acordarea unei finanțări nerambursabile cuprinsă între 20.000 Euro și 100.000 Euro în funcție de categoria întreprinderii, astfel:

Microîntreprinderile – Afacerile cu până la 10 angajați și o cifră de afaceri anuală netă care nu depășește 2 milioane de euro – vor putea accesa între 20.000 și 30.000 de euro.

Întreprinderile mici – Cu maximum 50 de angajați și o cifră de afaceri anuală netă de până în 10 milioane de euro – vor putea primi între 20.000 și 50.000 de euro.

Întreprinderile mijlocii – Care au cel mult 250 de salariați și o cifră de afaceri care nu depășește 50 de milioane de euro anual – vor putea accesa fonduri între 20.000 și 100.000 de euro.

Valoarea fondurilor europene pentru digitalizarea afacerii este de 90% din totalul investiției, iar restul de 10% trebuie cofinanțat de către beneficiar din resurse proprii.

Concluzii:

IMM-urile sunt întreprinderile mici și mijlocii și reprezintă motorul economiilor, deoarece sunt o sursă importantă de locuri de muncă. Digitalizarea acestora este importantă în vederea creșterii rezilienței acestora.

Referințe bibliografice:

- [1]. <https://filipandcompany.com/intreprinderile-mici-si-mijlocii-face-si-societatea-ta-parte-din-aceasta-categorie/>
- [2]. http://publications.europa.eu/resource/cellar/1bd0c013-0ba3-4549-b879-0ed797389fa1.0014.02/DOC_2
- [3]. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/63/intreprinderile-mici-si-mijlocii>
- [4]. Legea nr.346 din 14 iulie 2004.
- [5]. Viorica-Bela Dorin,...-Economia Întreprinderii, Editura CD PRESS, București 2018
- [6]. Radu Vasiliță, Rolul întreprinderilor mici și mijlocii în cadrul economiei românești, Universitatea din Pitești, Facultatea de Științe Economice

IMPORTANȚA ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCI ÎN ECONOMIA DE PIAȚĂ

POPESCU P. CONSTANTIN SORIN, Colegiul Tehnic Rădăuți, ,str.TudorVladimirescu,Nr.4,
Rădăuți , jud.Suceava,+40727862171, sorin_popescu59@yahoo.com

PRELIPCEAN T. DELIA, Colegiul Tehnic Rădăuți, str. Tudor Vladimirescu,nr.4,Radauti,
jud.Suceava,Romania,+40754788082, deliaprelipcean2005@gmail.com

Abstract

Small and medium-sized enterprises have a particularly important role in the social and economic life of a society. They set in motion the creativity and inventiveness of the people involved, contributing to the well-being of the community. An important problem that must be solved is access to financing. The European Union supports the activity of small and medium-sized enterprises, by primarily facilitating access to financial resources.

Cuvinte cheie: *Întreprinderile mici și mijlocii, Cifra de afaceri,Finanțare,Concurență, Digitalizare, Uniunea Europeană.*

Peter Drucker spunea că „micile afaceri reprezintă catalizatorul principal al creșterii economice”. Aceste mici afaceri contribuie intens la realizarea obiectivelor fundamentale ale oricărei economii naționale, devenind „forțele motrice” ale progresului economico-social.[9]

O întreprindere este orice entitate angajată într-o activitate economică , indiferent de forma sa juridică.[1]

În conformitate cu Legea 346/2004, sunt considerate a fi întreprinderi mici și mijlocii cele care îndeplinesc cumulativ următoarele condiții:

- au un număr mediu de salariați mai mic de 250,
- realizează o cifră de afaceri anuală de până la opt milioane de euro (echivalent în lei) sau au un rezultat al bilanțului contabil ce nu depășește echivalentul în lei a cinci milioane de euro,
- respectă criteriul de independență, adică nu sunt deținute într-o proporție mai mare de 25% din capitalul lor social de către alte firme care nu sunt IMM-uri.

O clasificare a întreprinderilor ne arată că acestea se împart în întreprinderi mari și IMM-uri.

IMM-urile, prin impactul lor economic și social asupra societății, determinat în principal de crearea de locuri de muncă și contribuția la creșterea economică, sunt considerate elemente cheie ale bunăstării comunităților locale și regionale, fapt pentru care acest sector a devenit elementul central al politicilor de dezvoltare națională, regională dar și locală.În acest sens, Günter Verheugen - Vicepreședinte al Comisiei Europene, responsabil în materie de întreprinderi și industrie, afirma că ”întreaga forță a Europei se implică în sprijinirea IMM-urilor, antrenând toate resursele Europei pentru a susține întreprinderile mici în activitatea lor zilnică și pentru a pregăti calea pentru cele care vor să creeze mai multe locuri de muncă și să se dezvolte, în Europa și nu numai.”[2]

IMM-urile reprezintă 99 % din totalul întreprinderilor din UE[3],și se divid în trei subcategorii:

- Microîntreprinderi(întreprinderi care trebuie să aibă mai puțin de 10 angajați și o cifră de afaceri sau un bilanț sub 2 milioane de euro),
- Întreprinderi mici(mai puțin de 50 de angajați și o cifră de afaceri anuală sau un bilanț sub 10 milioane de euro),și
- Întreprinderi mijlocii(mai puțin de 250 de angajați și o cifră de afaceri anuală sub 50 milioane euro sau un bilanț sub 43 milioane euro).[4]

De asemenea, în funcție de tipul de relație pe care întreprinderea în cauză ar putea să o aibă cu o altă întreprindere, legislația relevantă distinge trei categorii diferite :întreprinderi autonome (întreprinderea este fie complet independentă, fie are unul sau mai multe parteneriate minoritare (fiecare sub 25%) cu alte întreprinderi) întreprinderi partenere(participațiile în alte întreprinderi sunt de cel puțin 25%, dar nu mai mult de 50%) și întreprinderi legate (participațiile în alte întreprinderi depășesc pragul de 50 %).Această clasificare stabilește care dintre datele entităților sunt avute în vedere atunci când se verifică îndeplinirea condițiilor de calificare ca IMM. [4]

Întreprinderile mici și mijlocii asigură două treimi din locurile de muncă din sectorul privat și contribuie cu mai mult de jumătate din valoarea adăugată totală creată de întreprinderile din UE. UE a adoptat diverse programe de acțiune pentru a crește competitivitatea IMM-urilor prin cercetare și inovare și pentru a îmbunătăți accesul la finanțare. Este necesar să se țină seama și de obiectivele de neutralitate a emisiilor de carbon și de realizare a tranzacției digitale în cadrul strategiilor adoptate cu scopul de a asigura condiții-cadru mai bune pentru IMM-uri.

Războiul din Ucraina a stimulat noi reflecții asupra redresării economice, reconstrucției și consolidării rezilienței IMM-urilor. [10]

Întreprinderile mici și mijlocii au un rol deosebit de important în cadrul economiei naționale, deoarece:

- Crează locuri de muncă, contribuind astfel la reducerea șomajului, la creșterea economiei și implicit la îmbunătățirea nivelului de viață;
- Investițiile se recuperează mai repede în comparație cu marile întreprinderi;
- Se adaptează mai ușor la nevoile clienților și la schimbările pieței;
- Sunt mai ușor de administrat și de controlat;
- Asigură mai bine consumatorii cu produsele și serviciile de care aceștia au nevoie;
- Contribuie la menținerea concurenței;
- Constituie o sursă importantă de idei și inovații;
- Asigură interdependența afacerilor; [12]

Cu toate acestea, IMMurile se confruntă deseori cu imperfecțiunile pieței.

Dezavantajele IMM-urilor:

- Dificultăți în obținerea de finanțări.
- Resursele financiare reduse pot îngreuna accesul la tehnologii noi, investiții și inovații.
- Investiții uneori nerentabile.

Pentru o mai bună evoluție a IMM-urilor,a apărut conceptul de **digitalizare** a acestora(digitalizarea este procesul prin care introducem tehnologia digitală în anumite procese din business. Prin acest proces rezultă schimbări majore în organizarea afacerii și în modul de operare a acesteia). [5]

Digitalizarea întreprinderilor are multiple beneficii. IMM-urile își pot crește competitivitatea prin rationalizarea și accelerarea proceselor din etapa de concepere până în etapa de livrare, pot să își extindă accesul pe piața și integrarea lanțului valoric prin intermediul platformelor digitale și pot să îmbunătățească relațiile cu clienții utilizând platformele de comunicare socială și serviciile digitale pentru clienți.În plus, digitalizarea poate permite IMM-urilor să inoveze, oferind noi produse sau servicii digitale sau lărgindu-și gama existența de servicii cu servicii digitale suplimentare.Prin utilizarea inteligentă a tehnologiei și exploatarea informațiilor întreprinderile sprijinite vor identifica soluții la provocările cu care se confruntă atât în ceea ce privește contextul de piața și pe piața de desfacere, cât și în ceea ce privește societatea, cum ar fi schimbările climatice și îmbătrânirea populației.

Digitalizarea joacă un rol important în:

- relația cu clienții ,
- experiența angajaților,
- optimizarea proceselor companiei.[5]

IMM-urile non-IT cu sediul social în România pot atrage granturi pentru digitalizare cuprinse între 20.000 de euro și 100.000 de euro pentru cheltuieli precum: achiziții de hardware TIC, echipamente pentru automatizări și robotică destinate fluxurilor tehnologice, integrate cu soluții digitale, dezvoltarea și/sau adaptarea aplicațiilor software/licențelor, inclusiv soluțiile de automatizare software de tip RPA, respectiv Robotic Process Automation, achiziții de sisteme de inteligență artificială, machine learning, augmented reality, virtual reality, formarea personalului cu ajutorul echipamentelor IT, consiliere și analiză pentru identificarea soluțiilor tehnice necesare.[6]

De multe ori, piețele financiare nu reușesc să asigure finanțarea necesară pentru IMM-uri. S-au înregistrat unele progrese în ceea ce privește îmbunătățirea disponibilității finanțării și a creditelor pentru IMM-uri prin acordarea de împrumuturi, garanții și capital de risc. [7]

SBA a identificat **accesul la finanțare** ca fiind a doua cea mai mare problemă a IMM-urilor individuale. Prin urmare, în noiembrie 2011, Comisia a prezentat „un plan de acțiune pentru îmbunătățirea accesului la finanțare al IMM-urilor”. Printre altele, planul de acțiune a cuprins inițiative de politică menite să faciliteze accesul IMM-urilor la piețele de capital de risc. [7]

Un criteriu important pentru finanțarea din fonduri europene este acela ca la finalul proiectului pentru digitalizarea afacerii firma se angajează să atingă minim 6 criterii de intensitate digitală DESI (Digital Economy and Society Index) [11]:

1. Peste 50% dintre angajați vor trebui să folosească computere cu acces la internet în scopul afacerii.
2. Utilizezi un pachet software de tip ERP (Enterprise Resource Planning).
3. Viteza maximă de internet prin conexiune fixă va trebui să fie de cel puțin 30Mb/s.
4. Vânzările online vor trebui să depășească 1% din cifra de afaceri și vânzările web către clienți B2C să depășească 10% din totalul numărului de vânzări online.
5. Vânzările e-commerce vor depăși cel puțin 1% din totalul vânzărilor.
6. Utilizezi soluții de tip Internet of Things (IoT).
7. Folosești rețelele sociale.
8. Vei utiliza două sau mai multe rețele sociale.
9. Vei utiliza un sistem de tip CRM (Client Resource Management).
10. Vei achiziționa sisteme de cloud computing avansate.
11. Vei utiliza servicii simple de cloud online.
12. Vei implementa soluții de Inteligență Artificială. [11]

Valoarea fondurilor europene pentru digitalizarea afacerii este de 90% din totalul investiției, iar restul de 10% trebuie cofinanțat de către beneficiar din resurse proprii. Conform statisticilor, din România, IMM-urile digitalizate reprezintă doar 17% din total. [11]

În afara de accesul la finanțe, întreprinderile mici și mijlocii întâmpină și alte probleme. Înaintea creșterii prețurilor principala problema a întreprinderilor era forța de muncă, însă, odată cu prețurile, au crescut și costurile de finanțare, creându-se o spirală care a creat un impact operațional greu de gestionat pentru firme. S-a accelerat implementarea de soluții alternative și chiar s-au creat facilități de autogenerare. Pe de altă parte, concurența nu a mai fost o problemă reală, astfel încât pentru continuarea activității s-au testat colaborări și consolidări pe diverse segmente.[8]

Analiza datelor relevă următoarea ierarhie a problemelor întâmpinate de firme: creșterea costurilor operaționale, forța de muncă calificată, disponibilitatea managerilor, cererea, reglementarea, competiția și accesul la finanțare.[8]

Concluzii:

Intreprinderile mici și mijlocii reprezintă o parte foarte importantă a economiei naționale și mondiale, acestea se împart în microintreprinderi, întreprinderi mici și întreprinderi mijlocii. Digitalizarea IMM-urilor reprezintă un ajutor foarte mare pentru administrarea acestora. Digitalizarea permite IMM-urilor să introducă produse noi și să inoveze. Accesul la finanțe a IMM-urilor este dificil. Printre problemele IMM-urilor se numără: lipsa forței de muncă calificată, creșterea costurilor operaționale și competiția agresivă. Digitalizarea IMM-urilor trebuie să constituie o prioritate în vederea creșterii rezilienței acestora.

Referințe bibliografice:

- [1]. Intreprinderi mici și mijlocii face și societatea ta parte din această categorie, Autor: Gavriloiu G., publicat pe portalul: www.Filip & Company.com
- [2]. Finanțarea și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii Autor: Prov.univ.Dr.Mariana Negruș Doctorand: Oprea Delia, publicat pe portalul: www.doctorate.ulbsibiu.ro
- [3]. Un nou ajutor pentru a stimula competitivitatea și reziliența IMM-urilor din UE, publicat pe portalul: www.Eastern Romanian Business Support Network.www
- [4]. Ce înseamnă IMM este și societatea ta în această categorie, publicat în ziarul online: www.Curierul Național.ro
- [5]. Ce este digitalizarea, importantă, publicat pe portalul: www.QBursa.ro
- [6]. Fonduri nerambursabile/digitalizare IMM, publicat pe portalul: www.bcr.ro
- [7]. Intreprinderi mici și mijlocii, Autor: Corinne Codrina, publicat pe portalul: www.Europarl.europa.eu
- [8]. Top-ul problemelor cu care se confruntă IMM-urile în regiune, publicat pe portalul: www.NexiaABS Financial Services.com
- [9]. Drucker P., „Realitățile lumii de mâine”, Editura Teora, București 1999
- [10]. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/63/intreprinderile-mici-si-mijlocii>
- [11]. Programul de Digitalizare IMM cu fonduri europene în 2023 - https://nextup.ro/articole/programul-de-digitalizare-imm-cu-fonduri-europene-in-2023-tot-ce-trebuie-sa-cunosti/?gclid=CjwKCAiA6byqBhAWEiwAnGCA4McnZiWoAo3TJeLPyYnh_pgkwNQkNBs
- [12]. Radu Vasilică, Rolul întreprinderilor mici și mijlocii în cadrul economiei românești, Universitatea din Pitești, Facultatea de Științe Economice

ASTĂZI ELEV, MÂINE ANTREPRENOR

**Angela POPESCU profesor economist SOLOVĂSTRU LIGIA Magdalena 1, BULIGA
Alexandra 2**

1. Colegiul Tehnic Rădăuți, str. Tudor Vladimirescu, Nr. 4, Rădăuți, Suceava , Tel : 0758434384 ,
Email : solov.magda@gmail.com
2. Colegiul Tehnic Rădăuți, str. Tudor Vladimirescu, Nr. 4, Rădăuți, Suceava , Tel: 0773994707,
Email : alexandra06.buliga@gmail.com

Abstract.

In this paper we presented the challenges new entrepreneurs face today and the role the school plays in their development. Which are the methods and directions that entrepreneurship education uses in order to develop the abilities a person needs in order to become a successful business owner and to succeed in the economic fields. We also described the "case study" method and creating a "fake business" method, two of the most effective educational techniques taught in high schools and colleges that help students improve their practical knowledge about entrepreneurship.

Cuvinte cheie: antreprenoriat, educație, educație antreprenorială, competențe, tehnici, aptitudini.

După cum știm, în majoritatea domeniilor pentru a obține rezultatele scontate se urmează o serie de pași, un algoritm ce vizează dezvoltarea aptitudinilor necesare; același principiu se aplică și în domeniul antreprenorial. Există totuși ideea conform careia *antreprenorii se nasc nu se fac*; aceasta afirmație ar fi fost corectă în cazul în care ne-am fi confruntat cu condițiile existente în trecut și chiar cu 50 de ani în urmă. Totuși datorită modificărilor care au survenit în mediul afacerilor în ultimii câțiva zeci de ani, pentru ca astăzi să devii un antreprenor de succes este nevoie pe lângă abilitățile cu care te naști, de unele dobândite prin studiu și disciplină.

În zilele noastre este încurajată decizia înființării propriei firme , ideea de a fi "your own boss" fiind foarte răspândită, imprimată în mințile noastre încă din adolescență. Desigur, acesta este un lucru bun, însă în același timp, duce la o creștere a competiției și o mai mare nevoie de cunoaștere a caracteristicilor pieței, a modurilor prin care să-ți maximizezi șansele la succes, la care se adaugă povara bagajului informațiilor legislative. Pentru a face față tuturor acestor provocări este nevoie ca viitorul antreprenor să-și însușească, prin studiu anumite cunoștințe. Sesizându-se această nevoie crescândă de educare a populației în privința chestiunilor de natură economică, s-au introdus în școli materii specifice. Rolul școlii constă în formarea și dezvoltarea conștiință, sistematică și organizată a personalității individului în vederea integrării acestuia, prin modalități eficiente, în viața socială [1], aici fiind cuprinse și nevoile menționate mai sus. Din perspectiva ultimei perioade, educația antreprenorială presupune formarea personalității antreprenoriale (întreprinzătoare, autonomă, activă, implicată, responsabilă, creativă etc.) prin următoarele modalități și direcții specifice:

1. Formarea aptitudinilor necesare generării unei afaceri în vederea valorificării oportunităților în plan social. Promovarea unei educații centrate pe activități practice relevante pentru viața din afara școlii (încredere în forțele proprii).
2. Promovarea inovației sau introducerea unor produse și servicii noi într-o organizație existentă (abilitatea de a rezolva probleme și de a crea inițiative noi, de a transforma ideile noi în inovații de succes).
3. Crearea organizațiilor caritabile și autofinanțarea lor pentru susținerea activităților specifice. Se referă la aplicarea expertizei de afaceri și a aptitudinilor bazate pe economia de piață în sectorul nonguvernamental și apare atunci când organizațiile nonprofit dezvoltă abordări inovatoare pentru a

câștiga venituri [Reis 1999, Thompson 2002]. La baza antreprenoriatului social stă ideea de a rezolva o problemă socială, de a crea o valoare socială, mai degrabă decât profituri personale și de a găsi cea mai profitabilă formă de organizare pentru mobilizarea cea mai eficientă a resurselor necesare.

4. Centrarea asupra inovării serviciilor pentru clienți în sectorul public.
5. Dezvoltarea antreprenoriatului ca o profesie în cadrul afacerilor prin promovarea bunelor practici dovedite în vederea creșterii șanselor de reușită.
6. Formarea competențelor specifice utilizării noilor tehnologii și utilizarea acestora în susținerea parțială sau integrală a noilor inițiative (curiozitate, ingeniozitate).

Astfel, elevii ies din școală având deja un bagaj de cunoștințe și abilități ce îi vor ajuta să se lanseze pe piață. Totuși, pe lângă educația antreprenorială care pune bazele personalității antreprenoriale, urmarea la liceu a unui profil servicii și obținerea calificării de tehnician în activități economice, pentru cei ce au o înclinație spre aceste domenii, este extrem de benefică.

Deși în ultima perioadă fluxul de informație a atins la niveluri foarte înalte, nu este îndeajuns, întrucât abilități precum gândirea critică în situații de criză se deprind prin aplicații practice. Astfel educația de specialitate din liceu oferă elevilor un mediu sigur, în compania unor oameni cu experiență, unde au posibilitatea de a experimenta astfel de situații fără a suferi efectele eșecului prezente în realitate.

Spre exemplu firmele de exercițiu sunt expresia unui concept didactic bazat pe învățarea prin practică. Elevii creează o firmă virtuală care este în același timp o firmă creată cu toată structura ei reală: cu act constitutiv, statut, nume, sediu social etc. Ei o înregistrează pe o platformă, așa cum ar fi necesar să o înregistreze la Registrul Comerțului. După aceea îi adaugă elementele de produs, de marketing, de imagine, dar elevii trec prin toți pașii, altfel nu poți să înaintezi în proiect și asta îi obligă să înțeleagă toate aceste etape. În felul acesta, fiind o simulare a unei situații profesionale reale, dezvoltă competențe generale pe care altfel nu ai cum să le aplici. Elevii lucrează în echipă, își fundamentează ideile, elaborează oferta și după ce fac toate lucrurile acestea și sunt pregătiți pentru nivelul următor, intră pe niște platforme internaționale care funcționează într-un mediu securizat în care fac tranzacții cu alte firme de exercițiu din țară sau din străinătate, reale, dar în mediu virtual. [2]

Un alt mod de educare a elevilor este utilizarea *tehnicii studiului de caz*, metodă extrem de apreciată, utilizată în școlile de afaceri din întreaga lume. Prima școală ce a utilizat metoda studiilor de caz pentru a preda managementul a fost *Harvard Business School*, în 1921.

Studiul de caz descrie o situație de afaceri din viața reală care implică de obicei o provocare sau o decizie dificilă cu care se confruntă protagonistul cazului. Elevii sunt puși în postura protagonistului pentru a discuta posibile soluții și a analiza avantajele și dezavantajele diferitelor abordări ale problemei. În contextul procesului de luare a deciziilor în viața reală, elevii preiau idei și concepte noi, învățând teoria afacerilor și a managementului, dezvoltând în același timp o gamă largă de abilități profesionale și de viață, printre care negocierea, analiza, expunerea punctelor de vedere provocatoare, lucrul în echipă și capacitatea de a se proteja împotriva luării deciziilor bazate pe prea puține informații.[2]

Concluzii.

În prezent, trecând prin sistemul educațional și în special alegând în liceu un profil specific economic, elevului i se oferă oportunitatea de a dezvolta o personalitate antreprenorială ca, odată ieșit din băncile școlii, să se poată lansa într-un domeniu ale cărui orizonturi i-au fost deja lărgite. Acesta poate porni cu încredere în viață deținând un bagaj de cunoștințe ce-i oferă un avantaj concurențial în piața muncii.

Referințe bibliografice

- [1]. EMANUEL SOARE, *Educația Antreprenorială. Ultima provocare a școlii* , Pitești 2008
- [2]. IOANA NECULA, președinte fondator al Liceului „Genesis College”, interviu pentru Edu.Pedu.ro

SPOT VIDEO. PUBLICITATE ȘI MARKETING ÎN FIRMA DE EXERCIȚIU

Angela POPESCU profesor economist MOȚOC Iris-Miriam¹, BOCICU Tatiana²

¹Colegiul Tehnic Radauti, Str. Tudor Vladimirescu nr 4, +40746838338, motociris11@gmail.com

²Colegiul Tehnic Radauti, Str. Tudor Vladimirescu nr 4, +40751430776, bocicutatiana@gmail.com

Abstract

In the modern educational landscape, a novel teaching approach is emerging, emphasizing practical skills and nurturing entrepreneurial mindset. A groundbreaking concept in this realm is the "Firma de Exercițiu" (Practice Firm), transforming classrooms into simulated business environments. This method fosters transparency in business activities, engaging students dynamically with real-world challenges. Utilizing video spots in the marketing department enhances the communication of the practice firm's message, making the educational experience visually and auditorily captivating. The videos aim to attract attention and highlight the benefits and opportunities offered by the practice firm.

Cuvinte cheie: *Gândire antreprenorială, Firma de Exercițiu, Educație Inovatoare, Spoturi Video, Implicarea elevilor, Creativitate, Construirea încrederii*

În era contemporană a educației, se conturează tot mai mult o abordare inovatoare în predarea elevilor, concentrată pe dezvoltarea competențelor practice și stimularea gândirii antreprenoriale. Unul dintre conceptele revoluționare în acest sens este "Firma de Exercițiu" - o metodă de predare care transformă sala de clasă într-o lume de afaceri simulată. În cadrul acestei experiențe educaționale inovatoare, activitățile desfășurate de o firmă reală devin transparente pentru procesul de învățare al elevilor.

Firma de exercițiu servește ca un mediu dinamic, în care elevii se confruntă cu provocările și deciziile reale ale mediului de afaceri. Mai mult decât atât, elevii dobândesc competențe practice în luarea deciziilor, rezolvarea conflictelor și dezvoltarea unei sensibilități interculturale, pregătindu-i pentru provocările unui mediu de afaceri globalizat. Sistemul educațional are potențialul de a forma competențe antreprenoriale la elevi, furnizându-le abilitățile necesare pentru deschiderea unei afaceri proprii, obținerea unui profit legal și asumarea responsabilităților și riscurilor asociate. Dezvoltarea gândirii antreprenoriale în rândul elevilor îi pregătește pentru viitor, conferindu-le independență, inovație, încredere în propria persoană și abilitatea de a accepta provocări, indiferent dacă decid să inițieze o afacere sau să se angajeze într-un mediu profesional dorit. **Un instrument puternic în promovarea acestei abordări inovatoare a fost utilizarea spoturilor video în departamentul de marketing al firmei.** Acestea nu numai că aduc la viață ideea firmei de exercițiu într-un mod vizual și auditiv captivant, dar și au rolul esențial de a comunica un mesaj distinctiv și de a stârni interesul elevilor. Scopul principal al acestor spoturi video este de a atrage atenția publicului țintă, consolidând astfel beneficiile și oportunitățile pe care le oferă firma de exercițiu.



Definirea marketingului în cadrul firmei de exercițiu reprezintă un pilon esențial în identificarea și satisfacerea profitabilă a nevoilor consumatorilor. Departamentul de marketing se angajează în identificarea categoriilor de consumatori și dezvoltarea unor strategii eficiente pentru atingerea acestor obiective într-un mod superior față de competitori. Este important să subliniem că, în mod eronat, unii interpretează termenul "marketing" ca fiind echivalent cu "vânzare". Desigur, vânzarea este un element al procesului de marketing, însă acesta acoperă o sferă mult mai largă de activități.



În ceea ce privește publicitatea firmei de exercițiu "IElele", aceasta se orientează către promovarea și comercializarea iilor tradiționale românești, adresându-se în mod specific tinerilor pasionați de cultura și tradițiile locale. Sub numele inspirat de iecele din folclorul românesc, firma FE IE_lele SRL se distinge prin motto-ul **"Tinerete fără bătrânețe și tradiție fără de moarte"**. Produsele oferite constă în ii tradiționale, realizate manual din materiale de calitate superioară, respectând tradițiile și tehnicile specifice. În cadrul strategiei de marketing pentru IElele, accentul se pune pe crearea unui trend în rândul tinerilor prin intermediul rețelelor de socializare. **Planul de promovare** vizează utilizarea ideilor originale și atractive care să capteze

atenția publicului țintă. În acest context, **spoturile video** reprezintă un instrument crucial pentru comunicarea mesajului distinctiv al firmei, evidențiind atât aspectele tradiționale ale produselor, cât și modul inovator în care IElele abordează piața. Importanța acestor spoturi video constă în capacitatea lor de a atrage atenția publicului, consolidând astfel imaginea și notorietatea firmei de exercițiu într-un mod memorabil și persuasiv.

Încurajarea elevilor de a crea o firmă destinată adolescenților și de a dezvolta un spot publicitar nu numai că îmbogățește învățarea economică fundamentală, dar oferă și oportunitatea de a aplica și integra teorii cheie de marketing și vânzări într-un context specific acestei grupări de consumatori. În procesul de segmentare a pieței, elevii sunt provocați să identifice și să înțeleagă grupurile specifice de adolescenți, luând în considerare nu doar vârsta, ci și interesele comune, preferințele în materie de divertisment, modă sau tehnologie. Analiza atentă a comportamentului online și offline al



adolescenților devine esențială pentru a dezvolta o înțelegere comprehensivă și a crea strategii de marketing personalizate.

În etapa următoare, aceștia sunt încurajați să-și exprime creativitatea prin crearea unei **identități de marcă** captivante, conectate la stilul de viață și preferințele variate ale adolescenților. Reclama noastră o regăsiți în lunk-ul următor <https://youtu.be/KwXAWxjWpjU?si=o9uBgFsHE2PhxjDj>

Prin această reclamă am dezvoltat o poveste de marcă coerentă, integrând elemente vibrante de design, mesaje autentice și conexiuni cu subculturi sau trenduri actuale, astfel, ea devine esențială pentru construirea unei relații puternice cu publicul țintă. Publicitatea, are rolul crucial de a promova produse sau servicii și de a influența comportamentul consumatorilor. În cadrul campaniilor publicitare eficiente, **un spot video bine conceput devine o unealtă puternică**, având importanța sa în capacitatea de a captiva și de a comunica într-un mod concret și memorabil. În proiectul dedicat imaginii și promovării firmei "IElele," unde publicitatea joacă un rol central, înțelegerea profundă a publicului adolescent, crearea unui mesaj clar și

captivant, precum și adaptarea esteticii și tonalității la valorile și identitatea brandului sunt aspecte fundamentale pentru a menține interesul tinerilor. Elevii au utilizat platformele media preferate, cum ar fi rețelele sociale și platformele video online, pentru a asigura o expunere maximă la mesajele publicitare (Instagram, Tik tok).

În paralel, strategiile de prețuri sunt elaborate cu atenție, ținând cont de sensibilitatea adolescenților la costuri și reflectând valoarea de utilitate percepută de aceștia. Reduceri atractive, pachete promoționale și accesibilitate financiară devin instrumente cheie pentru atragerea adolescenților către produsele sau serviciile imaginare. Gestionarea canalelor de distribuție devine un factor crucial, implicând identificarea și utilizarea canalelor accesibile și relevante pentru adolescenți, precum colaborările cu magazine online populare sau influencerii din rândul lor. Prin această abordare integrată, proiectul nu numai că consolidează cunoștințele elevilor în domeniul marketingului, ci și le oferă oportunitatea de a aplica abilitățile practice în producția de conținut publicitar captivant și în gestionarea eficientă a strategiilor de prețuri și distribuție adaptate specificului pieței adolescenților.

Concluzii.

În concluzie, proiectul de creare a unei firme de exercițiu și dezvoltarea unui spot publicitar pentru adolescenți nu doar îmbogățește cunoștințele elevilor în domeniul economic, dar le oferă și o experiență practică și relevantă pentru lumea afacerilor. Prin explorarea conceptelor de marketing, segmentarea pieței adolescenților și elaborarea unei identități de marcă inovatoare, elevii nu doar învață teorii, ci și le aplică în mod concret. Spoturile publicitare devin un instrument esențial în captarea atenției și în consolidarea imaginii firmei, iar strategiile de distribuție și prețuri dezvoltă abilități practice în gestionarea eficientă a aspectelor cheie ale afacerii.



Investiția în educația antreprenorială a adolescenților nu doar că le oferă instrumente pentru a înțelege mediul de afaceri, ci îi pregătește și pentru a deveni lideri inovatori și conștienți de importanța unei identități de marcă autentice.

Referințe bibliografice:

- [1]. www.tvet.ro – este pagina web a Centrului Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic
- [2]. The Television Commercial: How to Create and Produce Effective TV Advertising
- [3]. Book by Harry Wayne McMahan
- [4]. Reacții la mesajele de marketing din mediul online. Influența sursei de recomandare. Conducător de doctorat, Prof. Univ. Dr. Adriana Zaiț. Doctorand, Tocilă Tudor
- [5]. www.roct.ro este site-ul Departamentului ROCT - Departamentul de Coordonare al Firmelor de Exercițiu din învățământul preuniversitar din România.
- [6]. COMPARTIMENTUL MARKETING - PRACSIU TINCA DANIELA BOTEZATU ANDREEA
- [7]. Schița de proiect FIRMA DE EXERCITIU - Cristina Ghitoaica

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

Djulieta PRODAN ¹ grad didactic superior, Alina TÎGANCIUC ² gr. 1FB-2312

¹Centrul de Excelență în Administrarea Afacerilor, bd. I. Gagarin 8, Chisinau, MD-2001, Republica Moldova, Tel: 079656311, Email: djulieta.prodan2005@gmail.com

²Centrul de Excelență în Administrarea Afacerilor, bd. I. Gagarin 8, Chisinau, MD-2001, Republica Moldova, Tel: 076749501, Email: alinapodobaiusaya@gmail.com

Abstract.

This article analyzes the digitalization of small businesses during the pandemic period in the Republic of Moldova. In the country, the digitalization has become an integral component of small business development in, especially during the pandemic period. The implementation of digital technologies has contributed to the efficiency, resilience and flexibility of businesses in constrained environment. The implementation of online sales, cloud services and digital marketing has been key to business retention and customer engagement. The ability to work remotely and interact with customers through the internet opens new horizons for entrepreneurs. The following methods were applied as a result of the research: statistical data analysis, synthesis, monograph method, etc.

Key-words: small business, development trends, digitalization, pandemic period

Введение. Сектор малого бизнеса является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которой экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться.

Согласно законодательству Республики Молдова [2], в определение малых и средних предприятий попадают предприятия, соответствующие следующим параметрам:

- имеют среднегодовую численность работников (среднесписочная численность работников за отчетный период) до 250 человек;
- имеют годовой оборот (доход от продаж) до 50 миллионов леев либо объем совокупных активов (сумма основных средств и оборотных средств) до 50 миллионов леев согласно последнему утвержденному финансовому отчету.

Сектор малого бизнеса в стране представляет собой разветвленную сеть предприятий и индивидуальных предпринимателей, действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с массовым потребителем товаров и услуг. Хотя «лицо» любого развитого государства составляют крупные корпорации, а наличие мощной экономической силы - крупного капитала в значительной мере определяет уровень научно-технического и производственного потенциала, подлинной основой жизни страны с рыночной системой хозяйствования является малый бизнес как наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни. Именно в секторе малого бизнеса создается и циркулирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса.

Цифровизация охватила весь мир и особенно быстро проникла в малый бизнес. В период пандемии произошел толчок цифровизации особенно в малом бизнесе во всем мире и в нашей стране также. В настоящее время для достижения высокой результативности и повышения доходности, предприятиям необходимо вести непрерывное совершенствование внутренних процессов в контексте стремительного развития цифровых технологий. Одним из наиболее существенных трансформационных процессов на сегодняшний день выступает цифровизация. При этом цифровизация означает не только автоматизацию или оптимизацию, но и смену

направления к подходу ведения бизнеса в целом. Таким образом, одной из актуальных тем исследований является определение аспектов процесса цифровой трансформации молдавских предприятий, а также разработка рекомендаций в области риск-менеджмента и совершенствования процессов за счёт цифровизации.

Основное содержание. Согласно официальным данным БНС РМ [4], самое большое кол-во предприятий в стране было зарегистрировано в центральном регионе и в период 2018-2022 их число в этом регионе увеличилось почти в 2 раза [1].

Таблица 1. Финансовые результаты малого бизнеса по регионам Молдовы

Период	Всего предприятий в стране	Мун.Кишинэу	Регион Север	Регион Центр	Регион Юг	Гагаузия
2018	23081.93	17364.70	1959.11	2612.14	700.01	445.96
2019	26247.42	20220.67	2327.28	2685.15	651.51	362.83
2020	18541.38	13921.14	1942.67	2271.39	278.84	127.35
2021	40416.51	27101.85	4733.56	5090.57	2285.11	1205.42
2022	44121.84	30805.50	5168.07	5441.00	1707.10	1000.16

Источник: MET-49, INCE [1]; БНС РМ [4]

Анализ малого бизнеса в Молдове по размеру предприятий показывает, что в период с 2018-2022 год, количество МСП увеличилось в стране в 2,4 раза [1], [4].

Таблица 1. Финансовые результаты малого бизнеса в Молдове по размеру предприятий

Период	Всего предприятий в стране	МСП	Средние	Малые	Микро
2018	23081.93	11220.02	3544.43	4536.38	3139.21
2019	26247.42	12386.37	3572.97	5341.45	3471.95
2020	18541.38	9050.91	2830.72	3761.53	2458.66
2021	40416.51	20237.44	5774.83	7532.80	6929.82
2022	44121.84	27088.78	6200.66	10443.74	10444.37

Источник: MET-49, INCE [1]; БНС РМ [4]

В Молдове связь между цифровизацией и дистанционной работой становится все более явной и влиятельной. Эти два аспекта взаимодействуют и формируют новые тренды в обществе и бизнесе. Вот несколько ключевых моментов, объединяющих цифровизацию и дистанционную работу в Молдове:

1. *Инфраструктура Цифровых Технологий:* развитие цифровой инфраструктуры является основой для успешного внедрения дистанционной работы. Расширение высокоскоростных интернет-сетей и легкий доступ к цифровым технологиям позволяют людям работать удаленно.
2. *Телеработа и Эффективность:* цифровизация позволяет компаниям внедрять телеработу, предоставляя сотрудникам гибкость работать из дома. Это может повысить эффективность,

снизить временные затраты на дорогу и улучшить баланс между профессиональной и личной жизнью.

3. *Образование и Онлайн-Обучение:* цифровизация также затрагивает образовательную систему, предоставляя возможности для онлайн-образования и постоянного обучения. Это содействует развитию цифровых навыков, необходимых для адаптации к современным требованиям рынка труда.
4. *Электронное Правительство и Онлайн-Сервисы:* Молдова активно внедряет электронное правительство и онлайн-сервисы, упрощая взаимодействие граждан, компаний и государства. Это способствует административной эффективности и сокращению бюрократии.
5. *Кибербезопасность:* переход к цифровым технологиям и удаленной работе также вносит свои вызовы в области кибербезопасности. Необходимы надежные меры для защиты данных и систем от киберугроз.

Интеграция эффективных цифровых технологий и поощрение инноваций в рабочем процессе могут принести Молдове пользу от цифровизации и дистанционной работы, способствуя устойчивому развитию и повышению устойчивости общества перед глобальными вызовами. Дистанционная работа стала неотъемлемой частью многих организаций и предпринимателей во времена пандемии COVID-19. Вот несколько ключевых аспектов, связанных с дистанционной работой во время пандемии:

Безопасность и забота о здоровье: одной из главных причин перехода на удаленную работу стала необходимость соблюдения социального дистанцирования и минимизации распространения вируса.

Инфраструктура и технологии: компании должны были обеспечить своих сотрудников необходимой инфраструктурой, включая доступ к интернету, компьютеры и безопасные средства связи.

Совместное взаимодействие: использование инструментов для видеоконференций, обмена сообщениями и управления проектами позволило сотрудникам оставаться связанными и эффективно сотрудничать на удаленке.

Управление производительностью: Одним из вызовов удаленной работы является поддержание высокой производительности. Многие компании внедрили системы мониторинга производительности и обучили сотрудников самоорганизации.

Баланс между работой и жизнью: для многих удаленная работа также привела к необходимости более тщательно балансировать рабочее время и личное время.

Долгосрочные изменения: Многие компании осознали преимущества удаленной работы и рассматривают варианты гибридных моделей работы, комбинируя офисное присутствие с удаленной работой.

Обучение и развитие: для успешной дистанционной работы сотрудники могут потребовать дополнительного обучения и развития навыков, связанных с удаленной работой.

Дистанционная работа оказала значительное воздействие на множество аспектов бизнеса и культуры работы. Во многих случаях она стала новой нормой, и компании должны адаптироваться, чтобы успешно функционировать в этой среде.

Выводы.

Цифровизация стала неотъемлемым компонентом развития малого бизнеса в Молдове, особенно в период пандемии. Принятие цифровых технологий способствовало повышению эффективности, устойчивости и гибкости предприятий в условиях ограничений. Внедрение онлайн-продаж, облачных сервисов и цифрового маркетинга стало ключевым фактором сохранения бизнеса и привлечения клиентов. Возможность удаленной работы и взаимодействия с клиентами через интернет открывает новые горизонты для предпринимателей.

В этом 2023 году, в нашей стране, была разработана и утверждена Стратегия цифровой информации Республики Молдова на 2023-2030 годы [5]. Данный документ цифрового развития страны до 2030 года свидетельствует о решимости власти о их намерении создать современное общество, сфокусированное на потребностях граждан и соответствующее целям европейской интеграции, а также данный документ позволит содействовать устойчивому развитию, построить цифровое общество, сделать сектор информационных технологий сильным и конкурентным и развить инновационную и гибкую цифровую экономику в стране. Данная стратегия отражает приверженность страны идее приближения к международным стандартам и перениманию передового опыта в цифровой сфере.

Основные цели стратегии [5] направлены на содействие устойчивому развитию страны путем:

- Развития цифрового общества;
- Формирования прочного и конкурентоспособного сектора информационных технологий;
- Создания инновационной и устойчивой цифровой экономики
- Создания эффективного, "умного" и прозрачного цифрового государства;
- Создания доступной, безопасной и инклюзивной цифровой среды;
- Укрепления имиджа Молдовы как цифровой страны.

Таким образом, при поддержке государства, обучение предпринимателей и создание соответствующей инфраструктуры, цифровизация становится ключевым фактором, обеспечивающим успешное функционирование и развитие малого бизнеса в современных условиях в стране.

Библиографические источники:

- [1]. STRATAN A., at all. Moldovan Economic Trends / Tendințe în Economia Moldovei. Nr. 49/2023 (sem. I, 2023), INCE., 2023 ISSN 1857-3126
- [2]. Закон Парламента Республика Молдова о малых и средних предприятиях № 179 от 21-07-2016. Опубликован: 16-09-2016 в Monitorul Oficial № 306-313 статья № 651
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105836&lang=ru
- [3]. DOROGAIA I., CAMINSCHI O. Цифровая трансформация малого и среднего бизнеса республики Молдова. Conferința "Strategii și politici de management în economia contemporană" 7, Chișinău, Moldova, 9-10 iunie 2022, ASEM. Источник: irek.ase.md
- [4]. Biroul Național de Statistica Republicii Moldova. <https://statistica.gov.md/>
- [5]. A 100% Digital State: The Digital Transformation Strategy of the Republic of Moldova for the Years 2023-2030. Approved by the Ministry of Economic Development and Digitalization RM. <https://mded.gov.md/en/a-100-digital-state-the-digital-transformation-strategy-of-the-republic-of-moldova-for-the-years-2023-2030-approved-by-the-executive/>

TRANSFORMAREA DIGITALĂ A ÎMM: EVOLUȚIE ESENȚIALĂ ÎN ERA TEHNOLOGICĂ

ROLLER Ala¹, MIȚUL Ana²

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37369495830; email: ala.roller@yahoo.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37368394909; email: anamitul001@gmail.com

Abstract

The Government of the Republic of Moldova has been devoting significant policy efforts over the past years fostering private-sector development, including the growth of small and medium-sized enterprises (SMEs). Digitization of SMEs is the tool that will enable them to survive in the global economy. The Republic of Moldova has made digitalisation a policy priority and is currently preparing its Digital Transformation Strategy 2023-2030.

Cuvinte cheie: digitalizare, dezvoltare economică, întreprinderi mici și mijlocii, OCDE, tehnologii.

Digitalizarea pentru ÎMM nu mai înseamnă doar a avea un profil pe rețelele de socializare sau a avea un site web. Digitalizarea ÎMM-urilor este instrumentul care le va permite să supraviețuiască în economia globală. Cu toate acestea, va fi, de asemenea, instrumentul de creștere, a competitivității, de a extinde domeniul de aplicare în toate sectoarele și piețele potențiale și de a îmbunătăți experiența clienților. Nu există limite ale nivelului de digitalizare care trebuie atins, având în vedere că gradul de maturitate digitală al fiecărei organizații, chiar și pe sectorul economic, este diferit. Cu toate acestea, având un plan de digitalizare care armonizează eforturile companiilor mici și mijlocii, putem fi siguri că mergem în direcția bună. Conștient de importanța digitalizării, guvernul Republicii Moldova a depus eforturi pentru a crea condiții-cadru favorabile în ultimul deceniu prin diverse strategii și reglementări, implicând o serie de părți interesate, inclusiv Ministerul Economiei și Ministerul Educației și Cercetării.

Digitalizarea ÎMM-urilor este un proces de adaptare a organizației, atât la nivel uman, cât și tehnic, care o ajută să-și atingă obiectivele în era digitală. Este necesar să se aibă în vedere tehnologiile informației și comunicațiilor pe care compania le folosește și să se abordeze evoluția culturală a entității în pregătirea resurselor umane, de la conducerea superioară până la ultimul angajat. Din toate aceste motive, este logic să considerăm procesul de digitalizare ca pe o cale care începe, dar nu se termină niciodată, deoarece apar în mod constant noi provocări. Trebuie abordate oportunități unice și noi soluții digitale care pot ajuta ÎMM-urile să își îmbunătățească poziția pe piață.

ÎMM-urile se confruntă cu o serie de provocări care împiedică dezvoltarea competențelor lor digitale și duc la decalajul de competențe față de firmele mari. Firmele, în special cele mai mici, au adesea dificultăți să înțeleagă pașii pe care ar trebui să-i facă pentru a valorifica potențialul digitalizării și pentru a-și identifica nevoile de competențe. În general, lipsa lor de competențe digitale este rezultatul constrângerilor legate de resurse: adesea le lipsește conștientizarea oportunităților de formare existente și capacitatea de a stabili o strategie de dezvoltare a capitalului uman, de organizare și coordonare a formării și de a atrage talente. De asemenea, sunt constrânse de mijloace financiare limitate, care împiedică investițiile în perfecționare și recalificare și nu au timpul necesar pentru astfel de politici.

Pe lângă faptul că oferă oportunități de formare, politicile privind competențele digitale ar trebui, prin urmare, să țină seama de aceste diverse bariere și să le abordeze pentru a ajuta IMM-urile să depășească aceste provocări.

Pentru a defini cel mai bine un plan de digitalizare pentru IMM, este necesar să se cunoască în detaliu nivelul de maturitate digitală al companiei. În acest sens, este crucial să avem un partener tehnologic care să ghideze și să sfătuiască cu privire la cea mai bună strategie de digitalizare pentru companie prin serviciile sale de consultanță, training și personalizare.

La nivel național, companiile mici și mijlocii încă mai cred că nu trebuie să se digitalizeze sau să avanseze în planul lor de digitalizare, deoarece au făcut deja o investiție în trecut sau sunt mulțumite de gama lor actuală. Pentru aceste organizații, viitorul este incert și îngrijorător pentru că în afară de pierderea potențialului, ele riscă să fie depășite de concurenți, să piardă cota de piață, ba chiar să dispară dacă un proces de digitalizare nu este luat în considerare în funcție de situația lor.

Avantajele digitalizării pentru IMM:

- o gestionare mai bună a informațiilor, ceea ce reprezintă un pas important în îmbunătățirea procesului decizional;
- optimizarea proceselor de afaceri datorită automatizării și simplificării oferite de noile tehnologii;
- îmbunătățirea condițiilor de muncă, flexibilitate și conciliere a muncii;
- creșterea productivității;
- reducerea costurilor.

Dezavantajele digitalizării pentru IMM:

- costurile inițiale - achiziționarea și implementarea tehnologiei digitale pot presupune costuri inițiale semnificative, care pot fi o provocare pentru IMM-uri cu bugete limitate;
- necesitatea de a instrui echipa - angajații pot avea nevoie de timp pentru a se adapta la noile tehnologii, iar instruirea acestora poate să fie costisitoare;
- dependența de tehnologie - atunci când implementezi o serie de instrumente și aplicații care să înlocuiască munca umană, problemele tehnice pot avea un impact semnificativ asupra afacerii.

Digitalizarea IMM-urilor este un pas firesc pentru antreprenorii care doresc să rămână competitivi și să-și dezvolte afacerea în era digitală. În loc să depindă constant de hârtii și procese complicate, companiile pot folosi soluțiile digitale pentru a-și optimiza operațiunile, a-și crește eficiența și a pătrunde pe piețe noi.

Cum se realizează digitalizarea?

1. Se efectuează o evaluare detaliată a afacerii analizându-se zonele care ar putea beneficia cel mai mult de digitalizare, cum ar fi: securitate cibernetică, vânzări online, arhivarea și analizarea datelor sau automatizarea comunicării cu clienții;
2. Se stabilesc obiectivele clare, definindu-se resursele necesare și se decide care este bugetul care poate fi alocat digitalizării;
3. Se alege tehnologia cea mai potrivită nevoilor companiei, de exemplu un software pentru gestionarea relațiilor cu clienții, sisteme de contabilitate, platforme de comerț electronic etc.;
4. Se implementează tehnologia treptat și se testează pentru a o adapta la specificul companiei și pentru a asigura că totul funcționează așa cum trebuie. Membrii IT trebuie să dețină abilități și cunoștințe necesare, iar dacă nu au fost recrutați specialiști, angajații existenți ar trebui să se înscrie la cursuri de specializare;
5. Se instruește toată echipa pentru a folosi noile instrumente digitale;

6. Se va monitoriza performanța sistemelor și proceselor digitale și se vor implementa cele mai recente versiuni ale aplicațiilor utilizate.

În contextul pandemiei cu COVID-19, IMM din Republica Moldova au fost puse în impas, cu constrângeri severe pe partea de cerere și ofertă. Impactul asupra IMM este unul esențial, mai ales în contextul în care din cele cca. 98% de IMM cca. 75% sunt microîntreprinderi care nu au cunoștințele și resursele, inclusiv financiare, necesare unei ajustări rapide la condițiile noi de pe piață. Totodată, conform ultimelor sondaje, 80,7% dintre gospodăriile au asigurat accesul la internet iar mai puțin de 17% dintre IMM-uri au integrat cu succes tehnologii digitale în activitatea lor, fapt ce reprezintă un potențial neexploatat pentru IMM din Republica Moldova, dar și o necesitate urgentă de adoptare a practicilor de digitalizare.

Republica Moldova a făcut din digitalizare o prioritate. În sprijinul acestor eforturi, OCDE (Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică) a lansat pe 15 februarie 2022 un nou proiect privind promovarea competențelor de afaceri digitale în Republica Moldova.

Obiective specifice:

- dezvoltarea abilităților antreprenorilor cu privire la planificarea și implementarea practicilor de afaceri prietenoase transformării digitale;
- oferirea suportului financiar pentru implementarea planurilor de transformare digitală;
- creșterea avantajului competitiv și portofoliului de clienți ai IMM cu cel puțin 20%;
- dezvoltarea comerțului electronic, facilitarea procesului de reducere a circulației monedei fizice și dezvoltarea serviciilor de curierat.

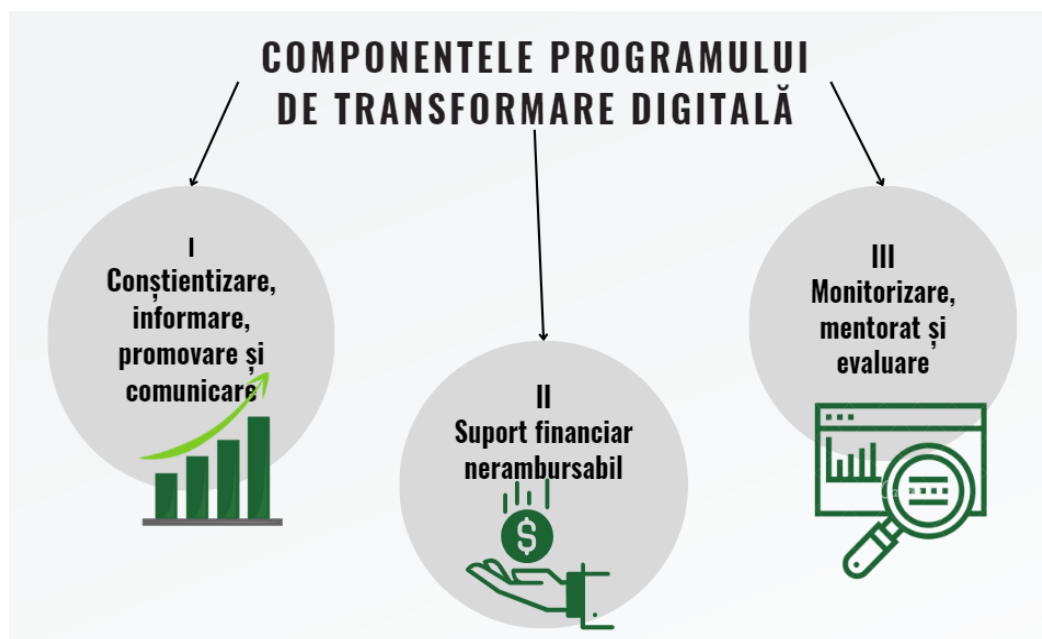


Figura 1. Componentele programului de transformare digitală.

Sursa: elaborat de autor în baza Ghidului programului de transformare digitală a IMM disponibil pe www.oda.md

În figură sunt reprezentate toate cele 3 componente ale programului de transformare digitală, *primul* fiind conștientizare, informare, promovare și comunicare, ce este de mare ajutor întreprinderilor, în special celor ce nu sunt destul de informate despre posibilitățile ce le ascunde digitalizarea și beneficiile acesteia. După informarea și comunicarea corespunzătoare urmează *componentul doi*, ce presupune acordarea suportului financiar ce nu trebuie rambursat întreprinderilor ce se încadrează în criteriile de eligibilitate. Această sumă va fi de maxim 70% din valoarea proiectului investițional și

nu va depăși 500 mii de lei. *Al treilea component* este monitorizare, mentorat și evaluare, acesta are două etape:

- *prima*, post-finanțare, prevede vizita la locul afacerii în primele 9 luni și are drept scop confirmarea gradului de realizare a investiției, legalitatea etc.;
- *a doua* prevede vizita la locul desfășurării afacerii în ultimele 6 luni și presupune evaluarea realizării obligațiilor asumate în cadrul contractului de finanțare, inclusiv atingerea de rezultat.

Concluzii.

Digitalizarea reprezintă un factor cheie pentru succesul și competitivitatea întreprinderilor mici și mijlocii. Prin adoptarea tehnologiilor digitale, aceste afaceri pot beneficia de eficientizarea proceselor, extinderea piețelor și îmbunătățirea comunicării, contribuind astfel la dezvoltarea economică și creșterea durabilă a acestora. Chiar dacă la început acest proces poate fi plin de impedimente, există numeroase proiecte ce ajută IMM-urile atât financiar, cât și la nivel de informare și mentorat, de aceea tot ce este nevoie e dorința și perseverența antreprenorilor.

Referințe bibliografice:

- [1] Ghidul programului de transformare digitală a IMM. disponibil <https://www.oda.md>
- [2] Articolul „Promovarea competențelor digitale în Republica Moldova”. disponibil <https://www.oecd-ilibrary.org>
- [3] Articolul „Digitalizarea IMM-urilor – ce avantaje aduce afacerilor și cum se realizează”. disponibil <https://www.sodexo.ro>

TENDINȚELE ÎN FINANȚAREA ȘI INVESTIȚIILE ÎN AFACERI

Ala ROLLER¹, Doina PETRUȘCA²

¹IP Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel.: +373 69495830; E-mail: ala.roller@yahoo.com

²IP Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel.: +373 60539653; E-mail: doinapetrusca70@gmail.com

Abstract

Trends in business financing and investment have become a topic of utmost importance in the contemporary economic world. With each passing day, the financial and investment landscape undergoes significant transformations, driven by technological developments, social changes, new regulations and global economic pressures. These trends not only influence how organizations finance their operations, but also have a profound impact on investment strategies and how investors make decisions.

Digitization and technological innovation are at the heart of this revolution, with technologies such as blockchain, artificial intelligence and data analytics radically reshaping the way funding and investment is obtained. At the same time, the focus on sustainability and social and environmental responsibility has brought ESG investing to life, changing the investment paradigm.

Cuvinte-cheie: afaceri, investiții, tehnologie financiară, finanțare, inovație, dezvoltare.

Finanțarea și investițiile reprezintă elementele fundamentale care susțin creșterea și dezvoltarea organizațiilor din mediul de afaceri. Cu toate acestea, în era actuală, caracterizată de schimbări rapide, globalizare și presiuni în creștere privind responsabilitatea socială și impactul asupra mediului, peisajul financiar și de investiții este într-o continuă transformare. Tendințele în finanțarea și investițiile în afaceri au devenit esențiale pentru a înțelege cum aceste domenii evoluează și ce implicații au asupra organizațiilor, investitorilor și economiei în ansamblu.

De la explozia tehnologiei digitale și a criptomonedelor la creșterea semnificativă a preocupărilor legate de sustenabilitate și guvernanta corporativă, subiectul "*Tendințele în finanțarea și investițiile în afaceri*" acoperă o gamă largă de evoluții și influențe. În această introducere, vom explora aceste tendințe, identificând cum se schimbă modalitățile de accesare a capitalului, evaluarea riscurilor și luarea deciziilor de investiții. Vom analiza, de asemenea, impactul acestor tendințe asupra mediului de afaceri și modul în care acestea pot oferi oportunități sau provocări pentru organizații, investitori și societate în ansamblu.

Pe măsură ce lumea financiară și cea a afacerilor evoluează, înțelegerea și adaptarea la aceste tendințe devin cruciale pentru succesul și durabilitatea într-un mediu concurențial și în continuă schimbare. Prin explorarea acestor tendințe, vom dezvălui provocările și oportunitățile care se deschid în fața celor implicați în domeniul financiar și investițional.

Inovație pentru IMM-uri: Motorul Creșterii Economice

Inovația, în multiplele sale forme de manifestare, a fost recunoscută ca o dimensiune critică pentru îmbunătățirea rezultatelor în economiile bazate pe cunoaștere. Întreprinderile inovatoare beneficiază economiei oferind valoare adăugată, locuri de muncă de înaltă calitate, afaceri de succes; produse și servicii mai bune pentru clienți, procese noi și ecologice. Activitatea de inovare a companiilor este un factor cheie al competitivității și creșterii economice. Deși procesul are loc la nivel de companie printr-un management abil, potențialul de inovare al firmelor poate fi îmbunătățit prin măsuri de politică adecvate, realizate într-un mediu de afaceri prietenos. Prin urmare, identificarea opțiunilor de

politică și a instrumentelor disponibile pentru a crește capacitățile inovatoare ale firmelor este o componentă importantă a oricărei strategii de sprijinire a nivelului de trai crescut.

Prin urmare, identificăm implicit *următoarele tipuri de inovații*:

Inovație de produs: introducerea unui bun sau serviciu care este nou sau îmbunătățit semnificativ în raport cu caracteristicile sau scopurile sale. Aceasta include îmbunătățiri semnificative ale specificațiilor tehnice, componentelor și materialelor, software-ului încorporat, ușurința de utilizare pentru consumator sau alte caracteristici funcționale.

Inovare de proces: implementarea unor metode de producție sau de livrare noi sau îmbunătățite semnificativ. Aceasta include schimbări semnificative în tehnici, echipamente și/sau software.

Inovare de marketing: implementarea unei noi metode de marketing care implică schimbări semnificative în designul sau ambalarea produsului, plasarea produsului, promovarea sau stabilirea prețurilor.

Inovare organizațională: implementarea unei noi metode organizaționale în practicile de afaceri ale companiei, organizarea locului de muncă sau relațiile externe.

Oportunități de finanțare a afacerilor în Republica Moldova

Sectorul IMM-urilor în întreaga lume este considerat factorul determinant al economiei concurențiale, principala sursă a creșterii economice și de creare a noilor locuri de muncă. În R.Moldova activitatea sectorului IMM a început să prindă contur ca fenomen al dezvoltării social-economice a țării aproximativ cu 20 de ani în urmă, după finalizarea privatizării în masă și conturarea proprietarilor reali.

Accesul la finanțare este o problemă nu numai pentru IMM-urile din Republica Moldova, dar și literatura internațională de specialitate abundă de studii și analize referitoare la așa-numitul „**financial gap**” în finanțarea IMM-urilor. Deși se recunoaște că problema respectivă există în toate economiile, inclusiv cele dezvoltate, este unanim recunoscut că aceasta este mult mai acută în țările în tranziție și în curs de dezvoltare. Printre cauzele unei asemenea situații se invocă următoarele deficiențe:

1. Instituțiile financiare nu au suficiente stimulente pentru a opera în sectorul IMM;
2. Antreprenorii care reprezintă IMM-urile, tind să evite reglementările și impozitele din sectorul formal, activând total sau parțial în sectorul informal;
3. Guvernele nu au suficiente capacități administrative pentru a aplica eficient legile și reglementările.

Totuși, circa 90% dintre antreprenorii care dezvoltă o afacere, recurg la finanțarea externă, care poate fi din diverse surse:

- creditele bancare sau la cele primite de la investitori, clienți sau furnizori;
- emisia de acțiuni și obligațiuni;
- leasingul;
- programe de finanțare.

În scopul dezvoltării sectorului privat, Guvernul Republicii Moldova mobilizează de la partenerii săi de dezvoltare bani în condiții preferențiale, aceștia fiind orientați anume spre dezvoltarea sectorului IMM-urilor. În continuare voi prezenta oportunitățile de finanțare a afacerilor în Republica Moldova prin instrumente care oferă condiții preferențiale pentru antreprenori.

Tabelul 1. Oportunități de finanțare a IMM în Republica Moldova pentru anul 2023

Denumirea programului	Scopul finanțării	Beneficiari eligibili	Tipul finanțării	Finanțator	Buget
Livada Moldovei	Credite și leasing preferențiale pentru a redresa sectorul horticola	Întreprinderi din sectorul horticola, insituții de învățământ de profil.	Leasing preferențial, credite preferențiale.	Banca Europeană de Investiții.	120 mln Euro
Subvenționare a activităților producătorilor agricoli	1)Creșterea productivității și a competitivității; 2)Sporirea veniturilor producătorilor agricoli și diminuarea sărăciei.	Producători agricoli care activează și realizează investiția pe teritoriul Moldovei.	Granturi/subvenții.	Buget Public Național.	900 mln lei
Programul COSME al Uniunii Europene	Granturi pentru îmbunătățirea competitivității IMM.	Întreprinderi mici și mijlocii din UE și Republica Moldova	Granturi/Subvenții	Uniunea Europeană	2,3 mln Euro
Programul dezvoltării sistemelor de irigare la scară mică	Procurări în rate, cu dobânda 0%, a echipamentelor pentru irigare.	Întreprinderile agricole înregistrate juridic.	Leasing preferențial	Uniunea Europeană	24,9 mln lei

Sursa: Ghidul de finanțare a afacerilor în Republica Moldova. Disponibil: <finantare.gov.md>.

Potrivit datelor Biroului Național de Statistică (BNS) pentru anul 2021, întreprinderile mici și mijlocii din Republica Moldova reprezintă 98,4% din numărul total de întreprinderi (Figura 1.1). Numărul IMM-urilor este în continuă creștere. În 2021 acesta a constituit 59.357 de întreprinderi, în creștere cu 3,7% față de 2020. Din numărul total de IMM-uri, 86,5% sunt microîntreprinderi. Majoritatea IMM-urilor (61% din total) sunt situate în municipiul Chișinău. Localizarea regională a IMM-urilor este condusă de regiunea Centru (17%), urmată de regiunile Nord (13%), Sud (6%) și Găgăuzia (3%).

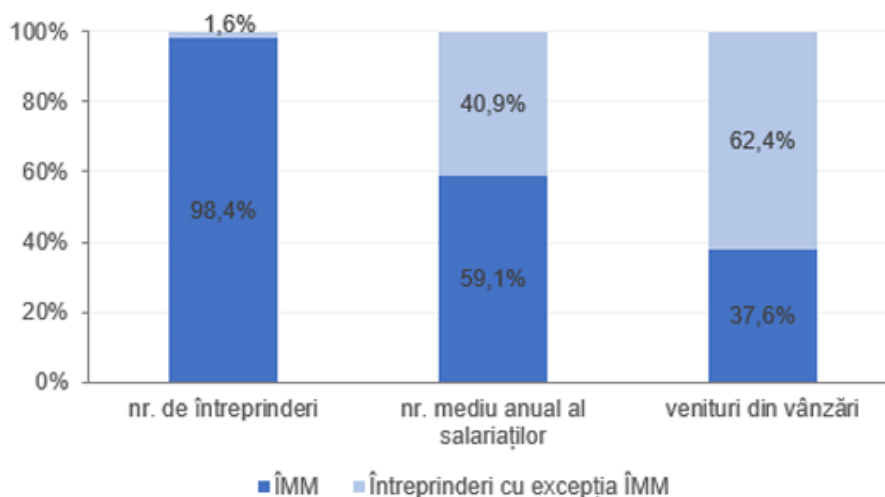


Figura 1. Ponderea ÎMM-urilor din R. Moldova în ocuparea forței de muncă, 2021

Sursa: Biroul Național de Statistică

În Republica Moldova, la nivelul anului 2021, sectorul ÎMM domină pe piața forței de muncă, reprezentând 98,4%. Această cifră subliniază contribuția a ÎMM-urilor la ocuparea locurilor de muncă în țară. Cu un număr mediu anual de salariați de 59,1% în cadrul ÎMM-urilor, aceste întreprinderi joacă un rol esențial în asigurarea locurilor de muncă și susținerea stabilității economice. Această pondere evidențiază importanța ÎMM-urilor în peisajul economic al Republicii Moldova. În ceea ce privește veniturile din vânzări, ÎMM-urile continuă să fie un motor economic, generând 37,6% din totalul veniturilor din vânzări în 2021. Această cifră reprezintă o contribuție semnificativă la activitatea economică globală și subliniază agilitatea și adaptabilitatea ÎMM-urilor în contextul pieței din Republica Moldova. Este important să observăm că restul entităților economice, cu excepția ÎMM-urilor, ocupă un loc semnificativ în ansamblul forței de muncă, evidențiind diversitatea peisajului economic al țării.

Concluzii

Sectorul ÎMM și-a luat asalt spre dezvoltare, datorită investitorilor și antreprenorilor ce prezintă interes în scopul susținerii acestei ramuri a economiei. Republica Moldova pune la dispoziția ÎMM-urilor oportunități semnificative de finanțare, inclusiv credite preferențiale, subvenții, granturi și leasing preferențial, pentru a sprijini dezvoltarea lor și a promova creșterea economică. Aceste programe demonstrează importanța acordată sectorului ÎMM și angajamentul de a crea un mediu favorabil pentru inovație și dezvoltare. Accesul la surse ieftine de finanțare este vital pentru dezvoltarea unui sector competitiv al ÎMM-urilor. Rezultatele reale ale proiectelor și programelor financiare care sunt deja implementate în țara noastră sunt încurajatoare și mulți întreprinzători au demonstrat spirit de perseverență și antreprenorial.

Referințe bibliografice:

- [1]. TORNEA, I. Finanțarea IMM-urilor în Republica Moldova. În: Politici publice, nr.1, 2011.
- [2]. Ghidul de finanțare a afacerilor în Republica Moldova. Disponibil: < <http://finantare.gov.md/> >.
- [3]. Finanțarea întreprinderilor mici și mijlocii din Republica Moldova. Probleme, tendințe și perspective. Disponibil: <<http://infoeuropa.md/>>

EMITEREA CARDURILOR BANCARE ÎN REPUBLICA MOLDOVA. FACILITĂȚI ȘI DEZAVANTAJE

Natalia ROȘCA ¹ dr., grad didactic unu, **Elena ȘARPI** ² gr. OSHT-202

¹Colegiul Național de Comerț al ASEM, Petru Rareș 18 str., Republica Moldova, Tel: 069344952, Email: Natalirusu@yahoo.com

²Colegiul Național de Comerț al ASEM, Petru Rareș 18 str., Republica Moldova, Tel: 067357816, Email: sarpi.elena02@gmail.com

Abstract

This paper describes cards as the main means of payment in the 21st century, issuing cards in the Republic of Moldova, the types of cards issued by commercial banks in our country, the facilities and disadvantages that accompany them. That's why it's important to choose the card suits our needs.

Cuvinte cheie: *emiterea cardurilor în Republica Moldova, facilități și dezavantaje, tipuri de carduri emise de bănci comerciale și instituțiile financiare, card de debit, card de credit, card de debit cu overdraft*

Marele înțelept P.T.Barnum spunea că : „ Banii sunt un șef teribil dar un servitor excelent.”

Astfel, pentru ca banii să devină un servitor excelent trebuie să îi gestionăm cu înțelepciune și în mod responsabil, iar acest rol îl joacă cardurile fiind un instrument modern de plată care ne permite să accesăm și să utilizăm banii noștri într-un mod convenabil și securizat. Cardurile sunt o invenție revoluționară care a schimbat modul în care facem plăți și gestionăm banii în ziua de azi. Ele au devenit o parte indispensabilă a vieții noastre de zi cu zi. Ne ajută să facem cumpărături rapide și sigure, să plătim facturi online și să gestionăm finanțele noastre într-un mod potrivit. Cu un simplu gest, putem accesa banii noștri și beneficia de diverse avantaje și recompense oferite de bănci și comercianți.

Emiterea cardurilor în Republica Moldova [1] este strâns legată de Victoriabank nominalizată ca prima bancă din Moldova (1989), prima care a emis primele carduri din țară (1997) și primul bancomat (1998). Pe parcursul primului an, Victoriabank a emis 234 de carduri de tip Visa, o parte din ele fiind utilizate și în prezent. În prezent în țară sunt în circulație peste 1 milion de carduri bancare și numărul acestora tinde să crească.

Cardurile sunt instrumente financiare moderne materializate în principal sub forma unui „dreptunghi de plastic” dar care a început să fie produs și sub forme din ce în ce mai avangardiste :ceas, breloc, utilizate pe scară largă în lumea modernă. Ele ne oferă o modalitate avantajoasă de a face plăți și a accesa fondurile noastre. Din punct de vedere al fondurilor utilizate, cardurile se împart în trei categorii[2]:

- *card de debit* sunt legate direct la contul nostru bancar și permit efectuarea plăților fără a fi nevoie să avem mereu bani cash la noi;
- *cardurile de debit cu overdraft* (sau descoperit de cont), unde fondurile sunt ale posesorului dar există și o limită de creditare pusă la dispoziție de bancă;
- *card de credit* ne permit să facem achiziții chiar și atunci când nu avem suficienți bani în contul nostru, însă este important să fim responsabili în utilizarea acestor carduri și să ne plătim facturile la timp pentru a evita dobânzile și penalitățile. [3]

Așadar, am luat ca analiză următoarele carduri emise de o bancă comercială din Moldova:

1.Maib (BC „Moldova Agroindbank” S.A.) este o bancă comercială din Republica Moldova, fondată

la 8 mai 1991, care emite următoarele tipuri de carduri[4]:

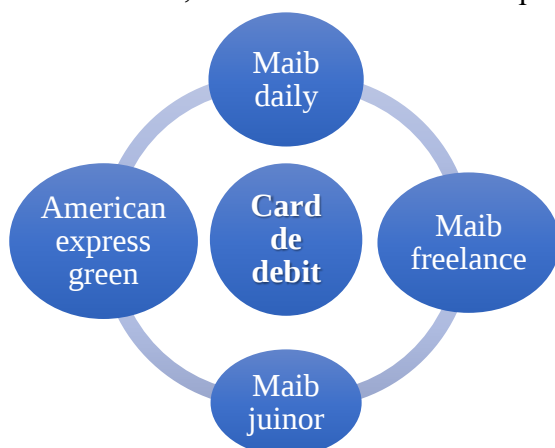


Figura 1. Carduri de debit emise de Maib



Figura 2. Carduri de credit emise de Maib

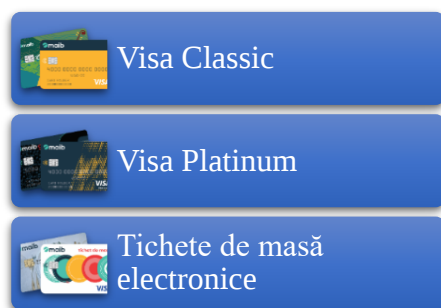


Figura 3. Carduri salariale emise de Maib

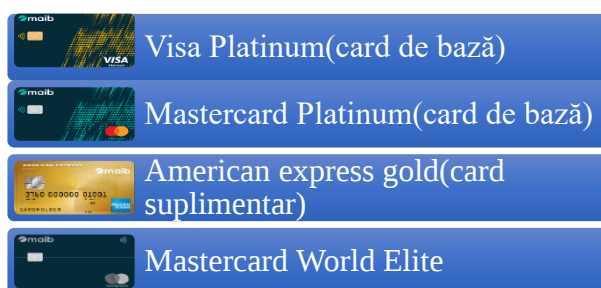


Figura 4. Alte carduri emise de Maib

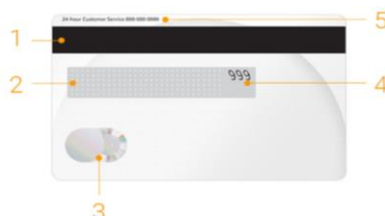
Iar un card bancar este format din următoarele elemente[5]:

- 1 - Cip.
- 2 - cardului. - Numărul
- 3 - Numele Prenumele dvs.
- 4 - Data expirării cardului.
- 5 - Semnul Contactless.



Imaginea 1.Elemente unui card

- 1 Bandă - magnetică.
- 2 - Spațiul pentru semnătură
- 3 - Protecție
- 4 - CVC2
- 5 - Contacte bancare



Imaginea 2.Alte elemente a cardului

Facilități și dezavantaje a cardului.Voi lua drept exemplu cardurile de la FinComBank [6]care oferă următoarele **beneficii**:

- Reduceri la combustibil la stațiile PECO Rompetrol-**Mastercard FinComBank&Rompetrol**;
- Cardul social Mastercard Standard „Dăruiește viață” destinat părinților, oferă:profit – cont de card cu o dobândă 0.15% anual, cu capitalizare lunară;
- Visa Signature oferă:asistent personal direct pe smartphone, disponibil 24/7 din orice colț al lumii prin Serviciul Concierge, Asigurare medicală pentru întreaga familie, acces gratuit în LoungeKey și promoții în toată lumea;
- Mastercard Platinum oferă:VIP / Business Lounge în aeroport,asigurare în călătorie.

Iar dacă ne vom referi la **dezavantajele** cardurilor [7]:

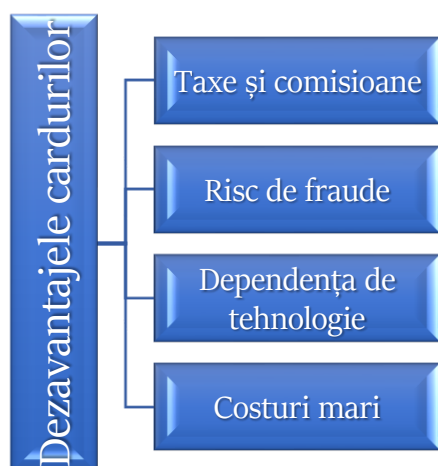


Figura 5.Dezavantajele cardurilor

1. *Taxe și comisioane*: Unele carduri pot implica taxe și comisioane pentru anumite tranzacții sau servicii.
2. *Risc de fraude*: Utilizarea cardurilor poate expune la riscul de fraude sau furt de identitate, mai ales în mediul online. Este important să iei măsuri de securitate pentru a-ți proteja informațiile personale și a monitoriza tranzacțiile.
3. *Dependenta de tehnologie*: Utilizarea cardurilor poate duce la o dependență de tehnologie și poate fi frustrantă atunci când întâmpini probleme tehnice sau nu poți face plăți în cazul în care nu ai acces la internet sau la un terminal de plată.
4. *Costuri mari*: Utilizarea cardurilor poate duce la acumularea de datorii și la cheltuieli excesive, mai ales dacă nu gestionezi

Concluzii.

Cardurile bancare reprezintă cel mai utilizat instrument de plată în Republica Moldova, care în urma implementării progresului tehnico-științific privind creșterea permanentă a gradului de securitate al tranzacțiilor efectuate cu ele ,procesului inovațional în domeniul bancar, ideilor economice din marketingul bancar va atinge noi performanțe în satisfacerea cerințelor clienților.

Referințe bibliografice

- [1]. <https://bancamea.md>
- [2]. Patrașcu Dorina, Enachi Olga, Economia aplicată, Chișinău, 2019, pp.36
- [3]. <https://www.educatiefinanciara.info>
- [4]. <https://www.maib.md/ru>
- [5]. <https://www.mastercard.md>
- [6]. <https://fincombank.com>
- [7]. <https://adnfinanz.ro>

SITUAȚIA ACTUALĂ ECONOMICĂ A REPUBLICII MOLDOVA. CONSTRÂNGERI ȘI OPORTUNITĂȚI

Natalia ROȘCA¹, grad didactic unu, Nadejda TUDOREAN², gr. TUR-201

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str.Petru Rareș 18, Chișinău, Republica Moldova,
Tel:+37369344952; E-mail: natalirusu@yahoo.com

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str.Petru Rareș 18, Chișinău, Republica Moldova,
Tel:+37362198126; E-mail: nadejda.tudorean@gmail.com

Abstract. *In this article I have analyzed the economic situation in the Republic of Moldova based on specialized sources. Republic of Moldova, like many other countries, has faced economic challenges and crises throughout its history. After gaining independence from the Soviet Union in 1991, Moldova underwent a difficult transition from a centrally planned to a market economy. This transition brought economic challenges, including hyperinflation, economic dislocation, and a decline in industrial production. Moldova was not immune to the global financial crisis, which led to a contraction in its economy. The crisis affected the banking sector and led to a decrease in remittances from Moldovan workers abroad. To address economic crises, Moldova has often turned to international financial institutions like the International Monetary Fund (IMF) and the World Bank for assistance. These institutions have provided financial support and worked with the Moldovan government to implement economic reforms, works to address economic challenges and promote sustainable economic growth.*

Cuvinte cheie: *criza economică, probleme economice, evoluția economică.*

Deși nu există o definiție clară și distinctă a sintagmei „criză economică”, specialiștii o identifică ca o perioadă de timp în care economia globală, regională sau locală din anumite cauze, nu funcționează cum trebuie, fiind perturbată de anumiți factori (nu în special economici, pot fi naturali, crize energetice, instabilitate politică, etc). Totuși, în literatura de specialitate criza economică este definită drept „o perioadă de declin economic care poate avea mai multe cauze”. [1] De obicei, această noțiune este legată de o schimbare economică bruscă, multidimensională și care se manifestă prin scăderea producției, reducerea investițiilor și stagnarea temporară a afacerilor.

De-a lungul anilor, economia mondială a fost afectată de mai multe crize economice, cele mai cunoscute și de impact au fost: [2]

- Marea Depresiune (1929-1940) a fost cauzată de supraproducție, distribuția inegală a bogăției, datoria de război și tarife ridicate. Comerțul internațional a scăzut la o treime, provocând țărilor cea mai dezastruoasă criză economică din istorie. A fost aplanată datorită Noului Curs implementat de Franklin D.Roosevelt care s-a bazat pe ajutor, redresare și reformă.
- Criza petrolului din 1970: Această criză a fost cauzată de embargoul petrolului impus de către țările OPEC în urma războiului din Orientul Mijlociu. A condus la inflație și recesiune în țările dependente de petrol.
- Criza financiară asiatică (1997): Această criză a început în Thailanda și s-a răspândit rapid în țările din Asia de Est, ducând la devalorizarea monedelor, colapsul piețelor financiare și o recesiune economică severă.
- Criza economică mondială (2007-2009) care s-a soldat cu prăbușirea burselor de valori din lume și care au intrat într-o instabilitate acută, numeroase bănci, companii de asigurare au dat faliment, a crescut șomajul până la 12.8%. De exemplu, România a fost afectată de criza financiară globală din 2008, care a dus la scăderea producției industriale și la o recesiune economică. Guvernul român a adoptat măsuri de austeritate și a primit sprijin financiar de la FMI și Uniunea Europeană pentru a-și stabili economia.

- Mulți analiști politici și economici anunțau „Marea criză economică 2020”, desigur cauzată de coronavirus. Dar se pare că guvernele țărilor civilizate au reușit să țină destul de bine în frâu fenomenul.

Republica Moldova a trecut prin mai multe crize economice de-a lungul istoriei sale post-independență. După obținerea independenței în 1991, Republica Moldova a trecut printr-o perioadă de tranziție dificilă de la economia planificată la economia de piață. Această tranziție din anii 1990 a dus la scăderea producției industriale, la inflație și la creșterea șomajului. De asemenea, în anii 2000, în urma deciziei Rusiei de a impune embargo asupra importurilor de vin și alte produse alimentare din Republica Moldova, economia țării a suferit pierderi semnificative, deoarece Rusia era un partener comercial important pentru Moldova. În 2008- 2009 Republica Moldova a fost afectată de criza financiară globală, care a dus la scăderea exporturilor și la o recesiune economică. Această criză a avut un impact negativ asupra sectorului financiar și bancar din Moldova. Totodată, de menționat este că Republica Moldova a fost afectată de instabilitatea politică și de nivelurile ridicate de corupție, care au descurajat investițiile străine și au afectat dezvoltarea economică. Aceste probleme au contribuit la creșterea nivelului datoriei publice și la scăderea încrederii investitorilor. Dacă facem referire la pandemia de COVID-19, aceasta a avut un impact semnificativ asupra economiei moldovenești, afectând sectorul turismului, comerțul și alte industrii. Cu toate acestea Guvernul a luat măsuri pentru a gestiona criza și a primit sprijin financiar din partea organizațiilor internaționale pentru a face față impactului pandemiei. Astfel, economia Republicii Moldova a fost influențată de evoluții economice globale și regionale, iar situația poate evolua în funcție de evenimentele din perioada ultimilor ani, inclusiv impactul pandemiei COVID-19 și schimbările din mediul politic și economic.

Totodată, problemele economice actuale ale Republicii Moldovei au două fundamente importante.

- În primul rând este vorba de moștenirea economică, financiară, socială și politică a țării, iar analizând informația disponibilă, se poate concluziona că economia națională până în prezent nu și-a revenit după criza economico-financiară dezastruoasă din anii 1989-1994. În această privință, în anul 2011 experții din Republica Moldova au constatat: „Astfel, după 20 de ani de independență Republica Moldova la capitolul performanță economică se poate bucura de reușite modeste. Deficitul de reforme a agravat problemele existente în toate sectoarele economiei naționale, grăbind transformarea acestora în constrângeri iminente pentru creșterea economică”.
- În al doilea rând, economia țării a fost influențată de conjunctura economică internațională nefavorabilă, care s-a acutizat în ultima perioadă din cauza crizei pandemice, energetice. Din altă perspectivă, din anul 2018 la nivel global a început o recesiune puternică, amplificată de criza pandemică, criza energetică, criza logistică și a lanțurilor de aprovizionare. La fel, o problemă importantă la nivel global a fost generată de conflictul armat dintre Rusia și Ucraina. În baza viziunilor autorilor Ivan Luchian și Angela Filip, criza economică actuală se desfășoară în trei faze: [3]
- Prima (anul 2020) - s-a manifestat ca urmare a crizei pandemice - fază de declin a activității economice și o diminuare temporară a activității economice la nivel mondial sub influența pandemiei virusului SARS-CoV-2, consecințelor acesteia, precum măsurilor de prevenire a răspândirii acesteia bazate, în mare parte, pe izolare;
- A doua (anul 2021) – a început criza energetică, din cauza creșterilor majore de prețuri la petrol, gaze și energie electrică. În conformitate cu datele prezentate de Banca Națională a Moldovei (BNM), în anul 2021, rata anuală a prețurilor la combustibili și carburanți a crescut de la (-6,8%) în luna ianuarie 2021 până la nivelul de 29,3% în luna decembrie 2021, ceea ce în mod inevitabil a influențat negativ activitatea economică;

- A treia (începând cu februarie 2022) – a fost determinată de războiul ruso-ucrainean. Experții Ivan Luchian și Angela Filip susțin că războiul dintre Rusia și Ucraina a avut o influență negativă asupra economiei Republicii Moldova prin afectarea funcționării lanțurilor logistice, reducerea importanței a importului de produse din Ucraina, generarea fluxurilor mari de refugiați etc. La fel, este importantă influența negativă a condițiilor climaterice asupra agriculturii.

Experții de la centrul analitic independent „Expert-Grup” atenționează că: „...recesiunea a fost determinată de trei factori majori: războiul din Ucraina, care a dus la pierderea piețelor de desfacere din Rusia, Ucraina și Belarus, a perturbat toate căile de transport și logistice tradiționale, și, cel mai important, a afectat investițiile și puterea de consum. Seceta a compromis produsele agricole, iar înăsprirea politicii monetare a prevenit o inflație mai mare, dar a redus și mai mult accesul la credite. Inflația a fost determinată preponderent de creșterea prețurilor de import la produsele energetice, agro-alimentare și materiale de construcție.” [4] Reprezentare statistică a crizei economice este demonstrată prin evoluția negativă a indicatorilor economici (Tabelul 1).

Tabelul 1. Dinamica indicatorilor economici din Republicii Moldova în anii 2018-2022 (%)

Indicatorii	2018	2019	2020	2021	2022
Creșterea produsului intern brut	4,0	3,6	-7,0	13,9	-5,9
Creșterea producției industriale	3,7	2,0	-5,5	12,1	-5,1
Creșterea producției agricole	2,5	-1,9	-27,1	49,9	-29,8
Creșterea deficitului balanței comerciale	26,9	0,3	-3,7	36,7	21,1
Nivelul mediu anual al inflației	3,0	4,8	3,8	5,1	28,7
Creșterea deficitului bugetului de stat	40,9	87,6	267,9	-57,5	83,8
Raportul deficitului Bugetului de Stat în PIB	0,8	1,4	5,3	1,9	3,3
Creșterea volumului datoriei de stat	0,7	0,9	29,2	14,6	21,7
Raportul datoriei de stat în PIB	27,0	25,0	34,0	32,1	34,7
Deprecierea leului moldovenesc față de Dollarul SUA	-9,1	4,6	-1,5	2,1	6,9

Analizând datele din tabelul de mai sus, constat drept trăsătură importantă a crizei economice, datele privind dinamica instabilă a Produsului Intern Brut. În anii 2020 și 2022 au avut loc scăderi, respectiv, de 7,0% și 5,9%. În opinia expertului economic Viorel Gîrbu, principalele cauze de reducere a Produsului Intern Brut au fost „situația dificilă din agricultură, afectată de secetă în 2022, și reducerea capacității de cumpărare a populației, ceea ce a diminuat consumul, de care depinde foarte mult economia.”

Un alt indicator ale crizei economice din Republica Moldova este rata înaltă a inflației (Figura 1). În perioada ianuarie 2021-octombrie 2022 rata anuală a inflației a crescut vertiginos de la 0,2% în până la 34,6%. Nivelul mediu anual al inflației s-a ridicat de la 3,8% în anul 2020 la 5,1% în 2021 și 28,7% în anul 2022. Apoi s-a format o tendință de descreștere. Pentru anul 2023 BNM a prognozată un nivel al inflației de 13,7% și de 5,5% în 2024.

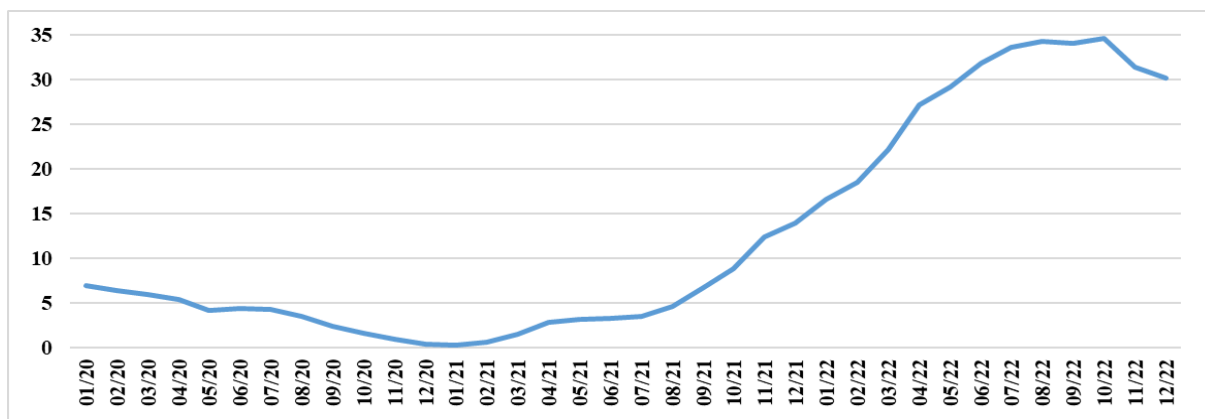


Figura 1. Rata inflației în anii 2020-2022 în Republica Moldova.

O altă problemă financiară în Republica Moldova este evoluția datoriei de stat a Republicii Moldova. În perioada anilor 2020-2022 datoria de stat a Republicii Moldova a crescut respectiv de la 67,8 milioane lei până la 94,7 miliarde lei, adică cu 39,6%. În perioada menționată au avut loc anumite schimbări în structura datoriei de stat:

- Datoria externă s-a mărit de la 38,9 miliarde lei până la 60,2 miliarde lei, adică cu 55,9%.
- Datoria internă a crescut de la 29,2 miliarde lei până la 34,5 miliarde lei sa cu 18,0%.

Concluzii:

În urma efectuării acestui studiu, concluzionez că Republica Moldova a fost expusă la mai multe crize economice în ultimele decenii, inclusiv la crizele financiare globale, instabilitate politică și embargourile comerciale. Această vulnerabilitate a pus în evidență necesitatea consolidării rezilienței economice. Pentru a aborda problemele economice și pentru a promova dezvoltarea sustenabilă, Republica Moldova trebuie să continue să implementeze reforme economice în domeniul fiscal, financiar, bancar și al mediului de afaceri. Republica Moldova a primit sprijin financiar și tehnic de la instituții internaționale, precum FMI, Banca Mondială și UE, pentru a aborda problemele economice. Colaborarea continuă cu aceste instituții poate ajuta la îmbunătățirea stării economice. Totuși, soluționarea problemelor economice este un proces complex și necesită timp. Autoritățile moldovenești, împreună cu partenerii internaționali, trebuie să fie consecvenți în eforturile de a promova dezvoltarea economică și de a îmbunătăți standardul de viață al cetățenilor.

Referințe bibliografice:

- [1]. Criză economică, https://ro.wikipedia.org/wiki/Criz%C4%83_economic%C4%83
- [2]. Exemple de crize economice, <https://www.studocu.com/row/document/academia-de-studii-economice-din-moldova/macroeconomie/crizele-in-economia-mondiala/4336197>
- [3]. LUCHIAN, Ivan; FILIP, Angela. Problemele financiare actuale ale Republicii Moldova. În: materialele Conferinței „Competitiveness and sustainable development ”, Ediția 4, Chișinău, Moldova, 3-4 noiembrie 2022, p. 201-206, DOI: <https://doi.org/10.52326/csd2022.36>
- [4]. Ciochină Simion, R. Moldova: Cel mai greu an din ultimele trei decenii, <https://www.dw.com/ro/republica-moldova-cel-mai-greu-an-din-ultimele-trei-decenii/a-64269095>
- [5]. Rapoartele anuale ale Băncii Naționale a Moldovei pentru anii 2018-2022, <https://www.bnm.md/ro/tipuri-de-publicatii/raport-anual>
- [6]. Rata anuală a inflației, <https://www.bnm.md/ro/content/rata-inflatiei-0>

IMPACTUL ECONOMIC AL AVANSĂRII TEHNOLOGIILOR DIGITALE ÎN SISTEMUL EDUCAȚIONAL

SALCUȚAN Aliona¹ cadrul didactic, **PRODAN Ariadna**² grupa Jur-231

Colegiul Național de Comerț al ASEM , str. Petru Rares, 18, Chisinau, Moldova , Telefon: 079762460, E-mail: a.sall.ase@gmail.com,.

Colegiul Național de Comerț al ASEM , str. Petru Rares, 18, Chisinau, Moldova , Telefon: 060066986, E-mail: ariadna.prodan11@gmail.com.

Abstract: Seeing as we are living in an digitalized era, digital education has become inevitable. Digital education, characterized by the integration of technology into teaching and learning processes, has emerged as a powerful force in shaping the modern education system since COVID-19. Beyond its pedagogical benefits , digital education carries significant economic implications. Ever since the pandemic, Moldova has made sure to be provided with internet all around the country, but there are still some aspects that have to be improved. Still, the advance of technologies in education has proved to be a great way to improve the economical state of the republic. First of all, just based on the statistics, ICT (information and communication technology) helped increase the GDP (gross domestic product) throughout the years since lockdown. Second of all, digital tools may come as a solution to all the money that is wasted on printing and distributing traditional school materials. On top of that, dealing with new information from the internet on a daily basis, students learn how to filter it and overall work with these innovations. This equips learners with up-to-date skills demanded by today's job market. Having good specialists improves involuntarily to the economical state of a country.

Cuvinte cheie : Digitalizare, Sistem educațional, Sectorul TIC, Produs intern brut, Piața muncii, Economie națională

În ziua de astăzi digitalizarea este tot mai des întâlnită în toate ramurile economiei, spre exemplu în ceea ce privește medicina, oamenii se pot bucura de aparataj de înaltă calitate și eficiență. În ramura finanțelor, astăzi putem face tranzacții de bani în doar câteva minute cu ajutorul noilor aplicații telefonice, și putem achita facturile online, fără a pleca la oficiul poștal. În ceea ce privește industria au fost făcute deasemenea nenumărate schimbări. Acest lucru se observă prin instalarea noilor mașinării în fabrici sau a panourilor solare sunt tot mai des întâlnite. Totodată, cea mai mare schimbare pe care o simțim chiar noi pe pieile noastre este modernizarea tehnologiilor digitale în sistemul educațional. Începând cu virusul COVID-19, perioadă în care am fost nevoiți să recurgem la tipul de educație în mediul online. Imediat au devenit și mai solicitate diverse servicii digitale: studii la distanță, e-comerț, e-medicină, etc. În pofida faptului că Moldova are o infrastructură digitală dezvoltată (gradul de acoperire a teritoriului țării cu 4G - 98%), servicii e-Gov bine plasate, sector TIC (tehnologia informației și a comunicațiilor) cu o dezvoltare accelerată (7% contribuție la produsul intern brut - PIB), pandemia COVID-19 a evidențiat necesitatea accelerării transformării digitale în Republica Moldova. Cu toate că am trecut de perioada pandemică, unele schimbări încă se conturează până și acum în domeniul educației și cercetării, ceea ce are o inedită influență asupra modului de dezvoltare a tinerilor din Republica Moldova, iar în același timp și a economiei noastre naționale . Digitalizarea educației reprezintă o schimbare semnificativă în ceea ce privește modul în care informația este predată și asimilată.

Economia digitală este considerată a fi a patra revoluție industrială, caracterizată prin capacitatea de a transforma economii, locuri de muncă și chiar societatea în ansamblu, prin introducerea de noi tehnologii și procese. Este de așteptat ca economia digitală să contribuie la egalizarea socială și economică. Mai multe școli, universități și colegii trec, în prezent, printr-un amplu proces de modernizare, vor fi deschise câteva specialități noi, atractive pentru tineri, iar sute de școli vor trece la catalogul electronic. În același timp, vor fi adoptate mai multe măsuri sociale și economice pentru

a motiva tinerii să aleagă o carieră didactică. Primul obiectiv al Ministerului Educației și Cercetării este creșterea atractivității și relevanței studiilor pentru piața muncii. Studiile de calitate înseamnă, în primul rând, profesori buni, conținuturi relevante și infrastructură modernă. 13 universități și colegii pedagogice trec în prezent printr-un amplu proces de transformare și modernizare. Ministerul a alocat 289 de milioane de lei pentru 20 de proiecte de îmbunătățire a infrastructurii, dar și de schimbare a conținuturilor predate în aceste instituții. La fel, este preconizată introducerea unor noi programe de studii, printre care „Securitatea Informațională”, „Știința Datelor”; „Inteligența artificială”. Conform datelor pentru anul 2020, 98% din teritoriul Moldovei are acoperire 4G, iar 58,8 din 100 de locuitori au acces permanent (abonament) la Internet mobil, iar alți 17,8 din 100 de locuitori dețin abonament pentru internet fix. Prețul unui abonament Internet în Moldova este relativ accesibil, fiind sub media europeană. Totodată, acest cost depășește nesemnificativ pragul de 2% din VNB (venitul național brut) - costul maxim pentru Internet în bandă largă, care garantează accesibilitatea serviciilor, stabilit de Comisia ONU. Clasamentul Global de Securitate Cibernetică ITU 2020 poziționează Moldova pe locul 33 în Europa și pe locul 63 la nivel global. O modalitate de a îmbunătăți situația țării în acest domeniu constă în promovarea programelor publice axate pe asigurarea accesului la Internet pentru toți, cum ar fi acces la conexiuni Wi-Fi în spații publice și susținerea instituțiilor școlare pentru a oferi computere elevilor din familiile vulnerabile.

Un șir de inițiative susțin deja integrarea instrumentelor digitale la toate nivelurile sistemului de învățământ din Moldova: Tekwill în fiecare școală, Clasa Viitorului, Programul Național de Alfabetizare Digitală a Cadrelor Didactice, precum și platformele de învățământ online **studii.md** și **invat.online**, etc. Însă, deși 18 instituții de învățământ superior oferă studii în domeniul IT, se constată un deficit de cadre în acest domeniu, explicat parțial de exodul tinerilor. În ciuda faptului că Republica Moldova dispune de resursele necesare și voința de a le pune în aplicare, o problemă în acest caz sunt consumatorii : cadrele didactice și elevii. Pentru a remedia situația existentă putem promova proiectarea universală a produselor și serviciilor TIC, facilitarea implicării și participării persoanelor cu dizabilități și asigurarea accesibilității TIC în educație. În același timp, nu trebuie să ignorăm încurajarea carierelor STEM (știință, tehnologii, inginerie și matematică) prin ajustarea politicilor și conectarea la lucrările de infrastructură publică, promovarea în rândul tinerilor a inițiativelor antreprenoriale, asigură vizibilitatea afacerilor de succes din țară și actualizarea cadrului legislativ pentru a corespunde standardelor internaționale de accesibilitate și siguranță online.

Sectorul TIC a devenit unul prioritar pentru economia națională (circa 7% din PIB). Pe lângă regimul fiscal favorabil pentru acesta, o altă metodă de stimulare poate fi încurajarea lui de a genera soluții digitale, atât pentru sectoarele non-IT, cât și pentru accelerarea digitalizării serviciilor publice. Sectorul tehnologiei informației și comunicațiilor rămâne cel mai dezvoltat și dinamic sector din țară. Valoarea acestuia a depășit 18,3 miliarde lei în anul 2021, înregistrând o creștere de 20% (3 mlrd. lei), comparativ cu anul 2020, conform ultimelor date generalizate de BNS. Potrivit Ministerului Economiei, în anul 2021, sectorul a demonstrat cea mai mare creștere de până acum, ajungând la o pondere în PIB de 7,6%. Catalizatorul creșterii este industria tehnologiei informației, valoarea căreia a crescut de la 7,4 miliarde lei în anul 2020 la 10,2 miliarde lei în anul 2021, cu o pondere în PIB de 4,2%.

Concluzii.

Digitalizarea educației aduce un val de inovație și adaptare la tehnologie, sporind astfel competențele și abilitățile forței de muncă. Absolvenții educați într-un mediu digital sunt mai bine pregătiți pentru cerințele pieței muncii actuale, contribuind astfel la creșterea economică a țării. Dezvoltarea tehnologiei informaționale în sistemul educațional are deasemenea un mare avantaj pentru îmbunătățirea relațiilor internaționale. Instituțiile de învățământ pot exporta programe de studiu și materiale educaționale spre alte țări, ceea ce oferă venituri suplimentare. Educația cu caracteristici digitale precum manuale electronice, platformele de e-learning și aplicațiile educaționale pot reduce costul privind producerea, actualizarea și distribuirea materialelor tradiționale. În ceea ce privește dezvoltarea tinerilor, modernizarea modului de învățare deschide noi orizonturi. Ei pot accesa materialele necesare indiferent de locul sau resursele financiare disponibile. Deasemenea, accesul la o gamă largă de materiale digitale încurajează gândirea critică și dezvoltarea abilităților de cercetare. Tinerii învață să navigheze în informațiile online, să evalueze și să filtreze informația găsită, iar totodată să dezvolte competențe tehnologice.

Impactul dezvoltării tehnologiei în domeniul educației și cercetării asupra tinerilor și a economiei naționale este unul pozitiv, însă care are încă nevoie de muncă din partea celor care sunt implicați zilnic în această sferă. Aici este nevoie de atenția majoră a elevilor, care pot veni cu sugestii pentru a prospera propria experiență, a cadrelor didactice care dau dovadă în așa cazuri de receptivitate, și a specialiștilor în domeniul tehnologiei digitale și economiei.

Referințe bibliografice:

- [1]. <https://adfaber.org/rolul-tehnologiei-in-domeniul-educatiei/>
- [2]. <https://mecc.gov.md/ro/content/modernizarea-scolilor-si-universitatilor-digitalizarea-educatiei-si-cresterea-prestigiului>
- [3]. <https://www2.deloitte.com/ro/ro/pages/strategy/articles/impactul-economiei-digitale-asupra-proceselor-economice-si-administrative.html>
- [4]. <https://www.undp.org/ro/moldova/blog/transformarea-digital%C4%83-moldovei-nu-mai-e-cale-de-%C3%AEntoarcere>
- [5]. <https://www.undp.org/moldova/publications/compact-digital-transformation-moldova>
- [6]. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Impactul%20economic%20al%20tehnologiei%20informatiei%20si%20al%20comunicatiilor%20asupra%20evolutiei%20societatii%20moderne.pdf
- [7]. <https://www.bizlaw.md/sectorul-tehnologiei-informatiei-si-comunicatiilor-a-ajuns-la-o-pondere-de-76-din-pib>
- [8]. Mark Granovetter. *Societate și economie. Cadru și principii teoretice*. Editura Art, 2023

ROLUL BRANDURILOR COMERCIALE ȘI A BRANDINGULUI PERSONAL PENTRU ANTREPRENORI

Olesea STRATU ¹ master în economie, grad didactic superior, **Magdalena FRICĂȚEL** ²
gr. CON 2002G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 069273758, Email: oleseastratu777@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: 067685906, Email: faricatelmadalina@gmail.com

Abstract. *Brand is a concept increasingly used by entrepreneurs these days. Whether it is used for professional purpose or personal purpose, it plays an essential role in attracting more customers and earning much more income. The article is about the importance of applying both personal and commercial branding in practice for a more effective promotion of both the entrepreneur as a personality and the product he sells, thus facing the competition and differentiating himself on the market.*

Cuvinte cheie: *branding, brand comercial, brand personal, antreprenor, profit.*

Pe o piață dură și competitivă din ziua de astăzi este tot mai dificil pentru antreprenori de a se diferenția de concurenți. Pentru a se asigura că iese în evidență într-un număr foarte mare de entități, companiile trebuie să depună eforturi suplimentare, din care motiv trebuie să pună un accent deosebit pe crearea unui brand puternic, care va capta și menține tot mai mulți clienți, dar și care va ține sub control modul în care oamenii le percep afacerea.

Brandingul este un instrument esențial pentru a face față nu doar concurenței, dar și a altor obstacole întâmpinate de antreprenori, iar o dată cu dezvoltarea tot mai rapidă a tehnologiei am putea afirma cu certitudine că lumea în care trăim este una a brandurilor.

Practica creării unor mărci sau însemne proprii datează de la egiptenii antici, despre care se știe că aveau obiceiul de a-și însemna vitele încă din anul 2700 î. Hr. Această etichetare era folosită pentru a diferenția vitele unei persoane de cele ale altora, prin intermediul unui simbol distinctiv, imprimat pe pielea animalului cu un fier încins.[1] Aceasta denotă faptul că brandul își are începutul cu mult timp înainte, doar că se utiliza sub alt aspect comparativ cu zilele noastre.

Brandingul reprezintă o imagine clară, puternică și convingătoare despre o persoană/ produs/ instituție [2]. În prezent, brandul este mai mult decât sloganul sau logoul unei entități, acesta reprezintă însăși reputația și esența entității. Prin intermediul brandului o entitate poate fi diferențiată de altă entitate, prin identificarea produselor respective de cele ale concurenților.

Brandul nu este doar o componentă vizuală este o promisiune față de clienți privind calitatea, valoarea și experiența oferită. Iar pentru a crea un brand puternic este necesar de a utiliza diferite metode de marketing, comunicare și dezvoltare a relațiilor cu clienții pentru a crea o conștientizare pozitivă și o loialitate față de brand. Din acest motiv, este foarte important modul prin care un brand poate fi recunoscut de către consumatori.

Cu un mediu competitiv intens în țara noastră, este imperativ să te diferențiezi și să-ți construiești o identitate unică printr-o strategie de brand bine elaborată. Punctul de plecare pentru succesul unui brand constă în elaborarea unei strategii de marketing care, în prealabil, prin intermediul unei analize profunde, generează valoare. Prin această valoare, compania trebuie să răspundă la nevoile

segmentului său cheie de consumatori. Abia după ce strategia de marketing este conturată, se poate trece la crearea identității produsului, care reprezintă activitatea principală a strategiei de branding. Există mai multe tipuri de brandinguri, dintre care cele mai esențiale sunt: brandul comercial și brandul personal. Brandul personal și brandingul comercial sunt două aspecte esențiale în lumea antreprenoriatului și a afacerilor. Acestea reprezintă instrumente puternice care pot contribui semnificativ la succesul unui antreprenor și la dezvoltarea unei afaceri prospere. În acest articol, vom explora rolul și importanța acestor două concepte pentru antreprenori.

Brandul personal se referă la imaginea, reputația și valoarea personală a unui antreprenor în cadrul pieței și comunității sale. Este o combinație de cunoștințe, experiență, abilități și calități personale care definesc identitatea sa în lumea afacerilor. Un brand personal puternic poate ajuta un antreprenor să construiască încredere, să atragă oameni de afaceri și clienți și să se diferențieze într-o piață competitivă.

Pe de altă parte, *brandingul comercial* se referă la procesul de creare și gestionare a identității și imaginii unei afaceri sau a produselor și serviciilor sale. Brandingul comercial implică alegerea unui nume de afacere, crearea unui logo, definirea valorilor și mesajului de brand, dezvoltarea unei prezențe online și offline coerente, precum și comunicarea constantă cu publicul țintă. Un branding comercial bine conceput poate contribui la recunoașterea și loialitatea brandului, ceea ce se traduce în creșterea vânzărilor și a succesului pe piață.

Diferențele dintre brandul comercial și cel personal pot fi prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1. Aspecte diferențiale dintre brandul comercial și brandul personal

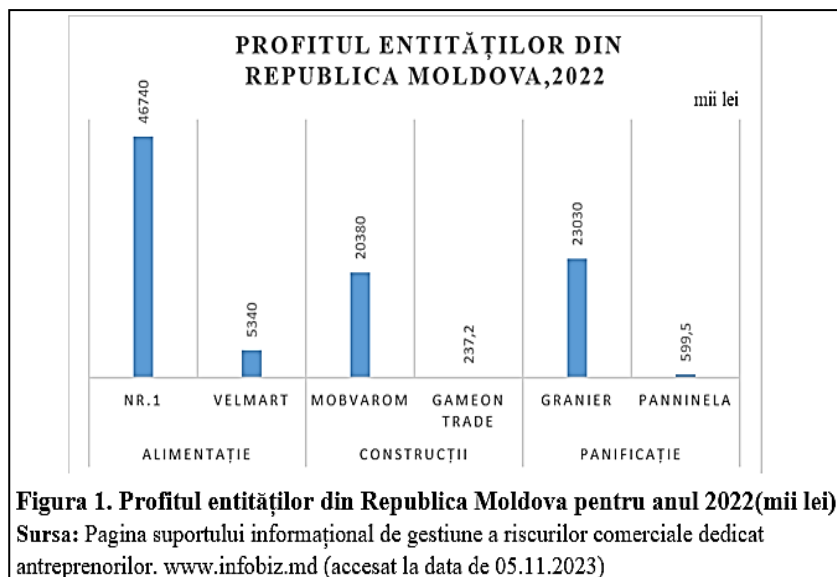
Nr.	Aspect	Brandul comercial	Brandul personal
1.	Proprietar	Companie sau entitate comercială	Persoană individuală
2.	Scop	Reprezintă produsele/ servicii oferite de companie	Reprezintă persoana individuală și expertiza sa
3.	Public țintă	Consumatorii sau alte companii	Audiența interesată de personalitatea dată
4.	Control și flexibilitate	Control mai mare, dar mai rigid	Mai flexibilă, poate evolua o dată cu schimbările personale
5.	Durabilitate și moștenire	Poate fi de lungă durată și moștenită	Legată strâns de persoană poate să se schimbe în timp

Sursa: Resursele informaționale ale Agenției de stat pentru proprietatea intelectuală despre mărci. www.agepi.gov.md (accesat la data de 11.11.2023)

Conform informațiilor prezentate în tabelul 1, deducem că pentru antreprenori, combinarea eficientă a brandului personal cu brandingul comercial poate fi un factor cheie în construirea și consolidarea afacerii lor. Brandul personal poate adăuga autenticitate și credibilitate în relațiile cu clienții, partenerii și investitorii, în timp ce brandingul comercial poate contribui la consolidarea și promovarea valorilor și produselor sau serviciilor afacerii. În ansamblu, aceste două elemente se completează reciproc, ajutând antreprenorii să atingă succesul într-un mediu de afaceri din ce în ce mai competitiv.

Efectuând o investigație asupra profitului înregistrat în anul 2022 de unele entități din Republica Moldova (figura 1), am constatat cât de important este totuși să ai un brand comercial și personal puternic. Acest fapt ajută la creșterea loialității și încrederii clienților, deoarece un brand bine stabilit

crează un sentiment de familiaritate și fiabilitate, făcând clienții să se simtă încrezători în deciziile lor de cumpărare.



Datele prezentate în figura 1 arată că oamenii au mai multă încredere în magazinul SRL „Nr. 1” decât în magazinul SRL „Vistarcom”. Această idee este dedusă din profitul pe care l-au înregistrat pe parcursul anului 2022, respectiv SRL „Nr. 1” înregistrând un profit de 46740 mii lei, iar SRL „Velmart” – un profit de 5340 mii lei. În domeniul construcții, SRL „Mobvarom” este un brand mult mai puternic și bine dezvoltat decât entitatea SRL „Gamon

Trade”. SRL „Granier”, cu un profit de 23030 mii lei, de asemenea, este o entitate cu un brand comercial bine definit. Considerăm că totalitatea entităților au un produs bun și calitativ, diferența o face doar modul de prezentare pe piață, astfel afacerile ce au înregistrat un profit mai mare au pus și un accent mare pe prezența acestora online și pe dezvoltarea mărcii sale comerciale. Brandingul eficient permite entităților să iasă în evidență față de concurenții lor, iar o strategie puternică de branding ajută companiile să comunice consumatorilor valorile, personalitatea și punctele unice de vânzare. Diferențindu-se acestea nu doar atrag atenția, dar mai și captează cota de piață. De asemenea, un profit mare poate fi înregistrat datorită faptului că atunci când clienții percep o marcă ca fiind de înaltă calitate sau având o valoare superioară, ei sunt adesea dispuși să plătească mai mult pentru aceasta în comparație cu celelalte alternative. Brandingul puternic creează o asociere între calitate și numele mărcii în sine.

Conform statisticii 81% dintre consumatori trebuie să aibă încredere într-o marcă pentru a lua în considerare cumpărarea[3], de aceea este esențial nu doar de a dezvolta un anumit brand, ci și de a pune accent pe normele și valorile pe care le promovează.

În prezent, tot mai mulți oameni aleg să procure un produs sau serviciu nu doar după calitate, ci și după modul în care acesta este prezentat pe online, astfel s-a constatat că 77% dintre consumatori preferă să cumpere de la mărcile pe care le urmăresc pe rețelele sociale.

Este foarte important atunci când ai un anumit produs în vânzare să ai un brand personal bine construit pentru a vinde produsul și pe rețelele de socializare. De exemplu, Olga Țapordei a reușit în timp record să strângă o sumă impunătoare pentru a reuși să-și realizeze visul și anume de a escalada Everestul. „Olga Țapordei pornește în scurt timp în aventura vieții sale, încercând să devină prima basarabeancă ce cucerește Everestul. O expediție care durează 45 de zile și costă... 69 000 de euro” [4] și datorită perseverenței a reușit. Datorită faptului că avea o reputație pe online, Olga a reușit să creeze și să vândă o colecție de vinuri Limitless cu 49 de euro/sticla, ceea ce a ajutat-o mult să-și realizeze visul. Acest exemplu este despre cum brandingul personal poate să depășească limitele și să ajute antreprenorii să-și crească nu doar veniturile, dar și să atragă cât mai mulți consumatori fideli.

Actualmente, în luna mai a anului 2023 a reușit timp de 2 săptămâni să obțină un venit de 1 milion de lei din Instagram, doar cu ajutorul brandingului personal pe care l-a dezvoltat.

În Republica Moldova, dezvoltarea brandului se susține și se promovează tot mai mult, astfel anual se desfășoară un eveniment „Gala Businessului Moldovenesc” unde se premiază marca comercială a anului, iar potrivit președintelui CCI, Gala Businessului Moldovenesc este organizată pentru a scoate în evidență investițiile în proprietatea intelectuală și în calitate [5]. Considerăm că astfel de evenimente dau dovadă de implicarea celorlalți în domeniul afacerii pentru a crește economia țării, dar și pentru a fi în pas cu țările Europene.

Concluzii.

Brandul este esențial pentru antreprenorii care doresc să aibă succes în lumea competitivă a afacerilor din zilele noastre. Atât brandul comercial, care reprezintă identitatea și reputația afacerii cât și brandul personal, care reflectă expertiza și valoarea personală a antreprenorului, joacă un rol crucial în construirea și consolidarea afacerii.

Un brand bine dezvoltat și promovat poate duce la recunoașterea și loialitatea clienților, cât și la creșterea veniturilor. Într-o lume în continuă schimbare, unde tehnologia și mediul joacă un rol tot mai important, brandul devine cheia reușitei în afaceri. Astfel antreprenorii care înțeleg importanța și potențialul brandului vor avea mai multe șanse de succes și vor construi afaceri durabile și prospere.

Referințe bibliografice:

- [1]. VRABII V. *Branding profesional în educație*. Chișinău: Ed. Univers Pedagogic, 2020. 8 p.
- [2]. https://ro.wikipedia.org/wiki/Marc%C4%83_comercial%C4%83/
- [3]. <https://explodingtopics.com/blog/branding-stats#top-branding-stats/>
- [4]. <https://finewine.md/vin-pentru-inaltime/>
- [5]. <https://vocea.md/arch/2023-ro/22-2023-ro/>

ECONOMIA DIGITALĂ ȘI IMPORTANȚA INTEGRĂRII TEHNOLOGIEI ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII

Olesea STRATU¹ master în economie, grad didactic superior, **Beatrice BANDA**²
gr. CON 2002G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37369273758; Email: oleseastratu777@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, str. Miron Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37368236444; Email: bandabety1@gmail.com

Abstract.

The Moldovan economy relies heavily on Small and Medium Enterprises (SMEs) that generate more than 40 % of the country's income. In essence, this article highlights the strategies and government programs implemented to support the digitalization of small and medium-sized enterprises, including the provision of grants to assist the implementation of digital technologies in various economic sectors.

Cuvinte cheie: transformare digitală, economie digitală, integrarea tehnologiilor digitale, întreprinderi mici și mijlocii (ÎMM)

În ultimele decenii, economia digitală a devenit din ce în ce mai importantă, fiind percepută ca o necesitate pentru asigurarea unei dezvoltări durabile a Republicii Moldova. Țara noastră este ferm angajată în construirea unei societăți moderne, aliniată cu agenda europeană, având la bază Strategia de Transformare Digitală pentru perioada 2023-2030. În contextul crizei pandemice COVID-19 și a nevoii de a identifica noi surse de creștere economică și comercială pentru producătorii de bunuri și furnizorii de servicii din Republica Moldova, s-a conturat necesitatea integrării tehnologiilor în sectorul privat pentru a depăși dificultățile cu care aceștia s-au confruntat. Implementarea acestei strategii impune eforturi comune din partea instituțiilor guvernamentale și a sectorului privat, pentru a asigura o implementare eficientă și sustenabilă a digitalizării economiei în ansamblu, cât și la nivelul întreprinderilor mici și mijlocii.

În Republica Moldova, ÎMM-urile reprezintă principala sursă de ocupare a forței de muncă și de creștere economică. Ele dețin o pondere esențială în numărul total al agenților economici (99,2% din numărul total al entităților în anul 2022), asigurând ocuparea forței de muncă pentru aproape 65,6% din totalul numărului de salariați al entităților. Veniturile generate de sectorul ÎMM-urilor sunt relativ modeste, reprezentând 44,9% din totalul veniturilor pe economie. Cu toate acestea, întreprinderile mici și mijlocii participă activ la saturarea pieței cu bunuri și servicii.[2]

În timpul pandemiei COVID-19, ÎMM-urile din RM s-au confruntat cu dificultăți semnificative, având de-a face cu constrângeri atât pe partea cererii, cât și pe cea a ofertei. Aceste constrângeri au fost legate de desfășurarea activităților comerciale și vânzarea produselor finite în piețe, târguri sau localuri. Această criză a determinat recunoașterea largă a importanței transformării digitale pentru economie. Totodată, există un potențial neexploatat și o nevoie urgentă pentru ÎMM-uri de a adopta practici de digitalizare. Acest lucru este crucial având în vedere că majoritatea acestor întreprinderi nu au resurse, inclusiv financiare, pentru a face ajustările necesare la noile condiții de pe piață și se confruntă cu o serie de dificultăți (figura 1).

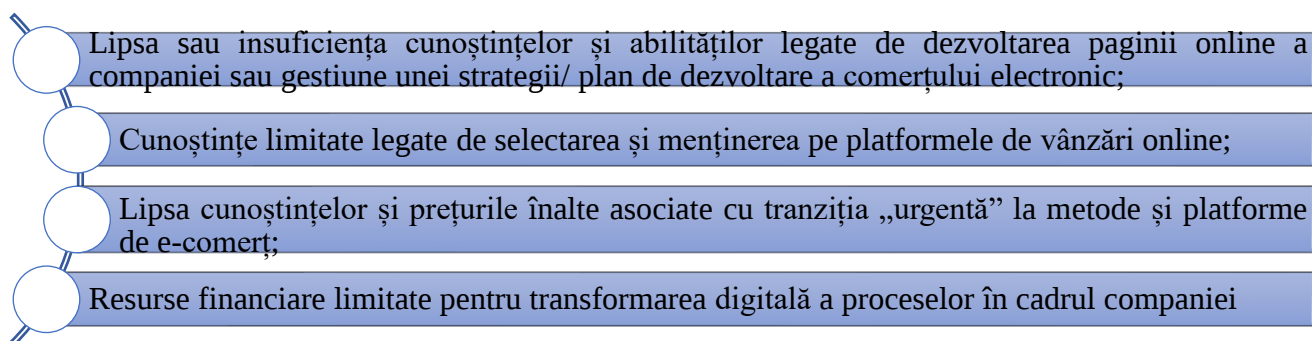


Figura 1. Provocările antreprenorilor în adoptarea practicilor de digitalizare

Sursa: elaborat de autori în baza [1]

În contextul celor menționate, impactul asupra ÎMM-urilor este extrem de semnificativ, dat fiind faptul că acestea se confruntă cu dificultăți financiare care împiedică adaptarea lor la noile condiții de piață într-un timp util. Implementarea acțiunilor legate de comerțul electronic, precum și procesele

de digitizare, care conduc la transformarea digitală, reprezintă factori esențiali pentru menținerea durabilității și competitivității întreprinderilor mici și mijlocii. Astfel, transformarea digitală și creșterea competitivității reprezintă prioritățile principale de dezvoltare a Republicii Moldova și își găsesc reflectarea în principalele documente de politici ale Guvernului, în special, în Programului național pentru promovarea antreprenoriatului și creșterea competitivității în anii 2023-2027 (Programul PACC 2027), Programul de transformare digitală a întreprinderilor mici și mijlocii (aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 129/2022), precum și Strategiei de transformare digitală a Republicii Moldova pentru anii 2023-2030.

Prin programul de transformare digitală a IMM, Guvernul s-a angajat să depună toate eforturile posibile să asigure transformarea digitală a IMM, recuperarea și creșterea economică a acestora, prin digitalizare și valorificarea potențialului inovativ. Pentru a asigura transferul tehnologic și de inovație în cadrul Programului PACC 2027 au fost stabilite obiective specifice ce se concentrează asupra domeniilor în care dezvoltarea IMM-urilor se intersectează cu cercetarea și inovarea. Acesta implică o serie de inițiative particulare care vor susține digitalizarea întreprinderilor mici și mijlocii – pentru a le adapta, a le instrui și a le transforma astfel încât să adopte noile tehnologii și să își dezvolte competențele digitale. Măsurile vor dezvolta și implementa programe specifice și rapide pentru a asigura educația digitală pentru consumatorii de produse și servicii, inclusiv persoanele din categoriile vulnerabile. Acțiunile sunt îndreptate spre creșterea impulsului de inovare în rândul IMM-urilor și crearea stimulentele pentru dezvoltarea unor afaceri sustenabile.

Promovarea și suportul inovației digitale în sectorul real al economiei schimbă modul în care companiile își administrează procesele, integrând tehnologia digitală oriunde aceasta este posibil în cadrul companiei și în relațiile sale cu autoritățile, partenerii de afaceri și consumatorii. [3]

Programul de transformare digitală a întreprinderilor mici și mijlocii a fost elaborat în conformitate cu prevederile art. 1, pct. 3, art. 11 și art. 14 din Legea nr. 179/2016 cu privire la întreprinderile mici și mijlocii. Prin urmare, finanțarea acordată în cadrul Programului reprezintă o schemă de ajutor de stat și intră sub incidența dispozițiilor Legii nr. 139/2012 privind ajutorul de stat și a Regulamentului privind ajutorul de minimis, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 2/2013.

Conform Planul de activitate al Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării pentru anul 2023 pentru implementarea programului de transformare digitală a IMM-urilor s-a planificat evaluarea a cel puțin 60 dosare și susținerea a cel puțin 50 IMM anual în implementarea acțiunilor de transformare digitală, prin acordarea suportului financiar nerambursabil. Valoarea granturilor aprobate spre finanțare este de cca 14 mil. MDL, iar responsabil de implementarea proiectului este Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului (ODA). [5]

Printre **obiectivele specifice** ale programului se enumeră:

1. Dezvoltarea abilităților antreprenorilor pentru implementarea practicilor de afaceri digitale pentru cel puțin 40% dintre beneficiari.
2. Acordarea suportului financiar pentru transformarea digitală a cel puțin 150 de întreprinderi mici și mijlocii.
3. Creșterea avantajului competitiv și a portofoliului de clienți ai cel puțin 20% dintre IMM-uri.
4. Dezvoltarea comerțului electronic, reducerea circulației monedei fizice și extinderea serviciilor de curierat pentru cel puțin 20% dintre companiile beneficiare.

Guvernul implementează proiecte pentru a sprijini în continuare IMM-urile care investesc și se angajează în dezvoltarea competențelor, inovarea și digitalizarea și se dezvoltă în sectoare prioritare axate pe calitate și internaționalizare, oferind granturi de până la 500 mii lei din partea statului, ceea ce reprezintă până la 70% din suma proiectului investițional, pentru a implementa acțiuni de

digitalizare a întreprinderilor. Celelalte 30% din valoarea proiectului investițional sunt acoperite de către beneficiar. Prin sprijinirea mediului de afaceri la nivel de stat, Republica Moldova va facilita crearea de noi locuri de muncă, utilizarea eficientă a resurselor și realizarea obiectivelor de Transformare Digitală a economiei țării în perioada 2023-2030.

În perioada februarie-octombrie 2023, au beneficiat de granturi pentru digitalizarea și implementarea tehnologiilor în activitatea desfășurată 54 de întreprinderi din diverse domenii (figura 2), iar cea mai mare parte a granturilor a fost acordată sectorului de servicii (40,74%, ceea ce reprezintă 22 de granturi). Acest lucru se poate explica prin faptul că în sectorul de servicii, implementarea tehnologiilor digitale poate aduce beneficii semnificative și poate optimiza procesele operaționale. De asemenea, în industria serviciilor, inclusiv în domenii precum IT, sănătate, educație și turism, există o cerere crescută pentru soluții digitale inovatoare, ceea ce face ca aceste întreprinderi să fie mai predispuse să acceseze granturile pentru digitalizare.

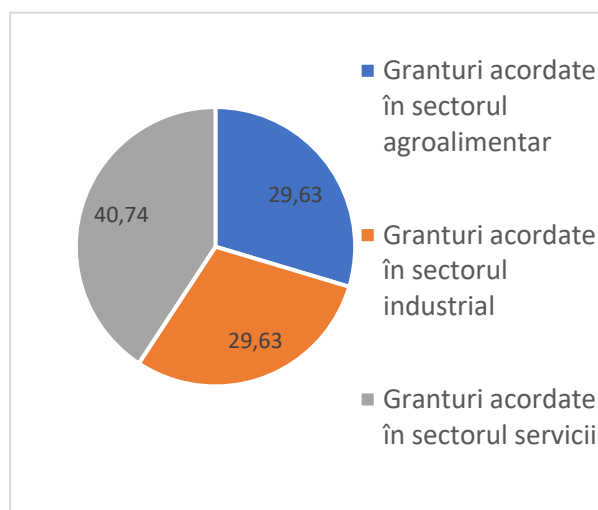


Figura 2. Ponderea IMM-urilor pe domenii de activitate care au beneficiat de granturi

Sursa: elaborat de autori în baza [4]

Astfel, sectorul de servicii a atras cea mai mare parte a granturilor, reflectând nevoia crescândă de transformare digitală în aceste domenii.

Totodată, constatăm că pentru sectorul agroalimentar, precum și cel industrial s-au acordat a câte 16 granturi, ceea ce reprezintă 29,63% din numărul total al acestora. Ponderea acestor domenii de activitate este mai redusă comparativ cu sectorul serviciilor, iar acest lucru se datorează rezistenței la schimbări pe care o manifestă unele afaceri tradiționale, fiind reticente în adoptarea tehnologiilor și căutarea surselor de finanțare pentru digitalizare. Din cele 54 de granturi disponibile, majoritatea au fost alocate în municipiul Chișinău, în număr de 29, urmate de orașul Bălți cu 4 granturi și raioanele Florești și Ungheni cu 3 granturi fiecare. În plus, raioanele Drochia și Ungheni au primit câte 2 granturi, în timp ce Ștefan Vodă, Anenii Noi, Criuleni, Telenеști, Sîngerei, Soroca, Ocnița, Ialoveni, Briceni, Cahul, Cimișlia și Hîncești au fost fiecare alocate câte un grant pentru proiectele lor de dezvoltare.

Repartizarea granturilor în funcție de mediu, în care 70,37% dintre acestea au fost alocate zonelor urbane și 29,63% zonelor rurale, poate fi interpretată ca o reflecție a eforturilor guvernamentale de a stimula dezvoltarea urbană, întrucât aceste sunt adesea centrele de inovație și afaceri, iar investițiile în aceste regiuni pot avea un impact esențial asupra creșterii economice și a calității vieții. Totodată, alocarea unui procent mai mic de granturi în mediul rural poate indica necesitatea unor politici suplimentare de sprijin pentru dezvoltarea acestor comunități pe care guvernul ar trebuie să le adopte în scopul asigurării unui echilibru regional și accesul la oportunitățile și accesul la oportunitățile economice și tehnologice într-o manieră echitabilă și durabilă.

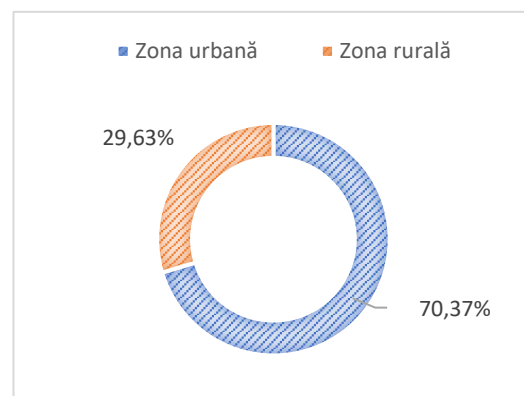


Figura 3. Ponderea IMM-urilor pe zone de reședință care au beneficiat de granturi

Sursa: elaborat de autori în baza [4]

Investind continuu în instrumente privind digitalizarea IMM, statul va asigura valorificarea potențialului inovativ, inclusiv facilitarea accesului lor pe piețele interne și externe. Digitalizarea companiilor din Republica Moldova și dezvoltarea de noi modele de afaceri, inclusiv prin intermediul startup-urilor cu soluții disruptive, vor contribui la o economie mai competitivă la nivel internațional și la o creștere economică mai rapidă. Această transformare va facilita integrarea producătorilor locali și a prestatorilor de servicii pe piața globală, generând astfel un nivel de trai mai ridicat pentru întreaga societate.

Concluzii

În concluzie, putem afirma cu certitudine că implementarea instrumentelor digitale și integrarea tehnologiilor în cadrul IMM va stimula creșterea economică, competitivitatea produselor și serviciilor, precum și nivelul de trai al întregii societăți. Digitalizarea afacerilor își merită efortul, întrucât condiționează optimizarea proceselor și sporirea productivității. Astfel, finanțarea nerambursabilă va facilita tranziția afacerilor la comerțul electronic, achiziționarea de echipamente și softuri în scopul inovării și introducerii noilor tehnologii în procesul de transformare digitală, ceea ce va avea un impact semnificativ asupra creșterii volumului de investiții în economia națională. Încurajarea dinamismului digital în mediul de afaceri trebuie să reprezinte o direcție prioritară în scopul digitalizării economiei la nivelul statului.

Referințe bibliografice:

- [1]. Hotărârea Guvernului nr 129/2022 cu privire la Programul de transformare digitală a întreprinderilor mici și mijlocii, Chișinău. 33 p.
- [2]. https://statistica.gov.md/index.php/ro/activitatea-intreprinderilor-mici-si-mijlocii-in-anul-2022-9557_60492.html (accesat 07.11.2023).
- [3]. <https://mded.gov.md/domenii/tehnologia-informatiei-si-digitalizare/economia-digitala/> (accesat 08.11.2023).
- [4]. <https://www.oda.md/ro/transformare-digitala-lista-castigatorilor> (accesat 05.11.2023).
- [5]. https://old.mded.gov.md/sites/default/files/planul_de_activitate_mded_2023_versiune_finala_2.pdf (accesat 05.11.2023).

EFICIENȚA UTILIZĂRII APLICAȚIEI LIVRESQ.COM ÎN PREDAREA DISCIPLINEI ECONOMICE

Aliona ȘAPTEFRAȚI¹ grad didactic unu, **Gabriela UNTILĂ**² gr. PAA 2111G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: ++37368149086; Email: aliona.frați7@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe din Chișinău, 26/2 Miron Costin str., MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37369919310; Email: untilagabriela7@gmail.com

Abstract

On this sheet, the authors discuss Livresq and its benefits for students, highlighting how easy it is to learn with its assistance and how it simplifies the work for students. Livresq is a unique platform that can perform a multitude of tasks simultaneously for the benefit of all who use it. Learning the course unit "Bases of Entrepreneurship" is simplified thanks to the Livresq application. How easily information is assimilated we see in these pages. We will see what online apps mean in learning lessons and what a web app means for students.

Cuvinte cheie : *livresq, învățământ online, cunoștințe, platforme online, unitate de curs.*

LIVRESQ (www.livresq.com) este un editor de resurse educaționale în format digital. Acesta facilitează crearea de lecții interactive, ce conțin texte, galerii de poze, animații, audio, video, quiz-uri și alte elemente, fără a fi necesare cunoștințe de programare. Lecțiile rezultate din LIVRESQ pot fi descărcate pentru a fi folosite offline sau pot fi partajate pe internet foarte ușor prin Biblioteca LIVRESQ, copiii putând avea acces la ele de pe orice tip de dispozitiv smart (telefon, tabletă, PC). De asemenea, pachetele de lecții sunt compatibile cu soluțiile de tip "Learning Management System", respectând "SCORM", standardul consacrat în "eLearning" la nivel internațional.

Livresq este o platformă de învățare online care oferă acces la o varietate de resurse educaționale, inclusiv cărți electronice, cursuri online și materiale de învățare diversificate. Astfel, Livresq oferă o enormă posibilitate de dezvoltare, fiind posibile mai multe acțiuni simultane. Această platformă online, oferă studenților, elevilor și profesorilor o mulțime de posibilități cum ar fi :

1. Acces la cunoștințe: Platformele de învățare online, cum ar fi Livresq, permit utilizatorilor să aibă acces la o gamă largă de materiale educaționale. Acest lucru poate include cărți digitale, videoclipuri, cursuri și alte resurse care acoperă o varietate de domenii și subiecte.
2. Flexibilitate și conveniență: Unul dintre principalele avantaje ale acestei platforme este flexibilitatea pe care o oferă. Utilizatorii pot învăța în propriul ritm și în funcție de programul lor, fără a fi limitați de orele de curs tradiționale. Acest lucru face învățarea mai accesibilă pentru oameni din diverse medii și cu orice program.
3. Diversitatea materialelor: Platformele de învățare online ca Livresq adesea oferă o gamă variată de materiale de învățare, ceea ce le face potrivite pentru învățarea pe termen scurt sau lung, în funcție de obiectivele individuale. Utilizatorii pot găsi cursuri pentru dezvoltarea personală, dezvoltarea carierei, aprofundarea unor domenii specifice sau chiar pentru pură plăcere.
4. Monitorizare și evaluare: Livresq include instrumente de monitorizare și evaluare care permit utilizatorilor să-și urmărească progresul și să primească feedback. Acest lucru poate ajuta la îmbunătățirea învățării și la obținerea unor rezultate mai bune.

5. Comunitate și colaborare: Unele platforme de învățare online, ca și Livresq, oferă oportunități pentru interacțiune socială și colaborare între utilizatori. Acest lucru poate fi valoros pentru discuții, împărtășirea experiențelor și învățarea unor subiecte complexe prin colaborare.

Aplicația Livresq fiind folosită corect la toate unitățile de curs, în special la “Bazele Antreprenoriatului” oferă elevilor, dar și profesorilor o altă perspectivă asupra platformelor online destinate simplificării și abortării orelor clasice într-un alt fel de format. Fiind elevă, am avut ocazia să trec anumite cursuri prin platforma Livresq, astfel la unitatea de curs “Bazele Antreprenoriatului” mi-a fost foarte ușor să asimilez informația. Livresq mi-a oferit posibilitatea de a selecta cele mai importante lucruri din întregile teme pe care le oferă manualul. Această aplicație web, poate demonstra elevilor că lecțiile pot fi interesante, pot fi interactive și pot stârni interes chiar și pentru cele mai grele teme din cadrul orelor. Datorită schemelor, pozelor, tabelelor și link-urilor care te redirecționează direct la sursă totul este mult mai simplu, mai interactiv și mai ușor. Timpul este utilizat eficient ceea ce oamenii în aceste timpuri apreciază enorm, exemplul de sarcină este prezentată în figura 1.

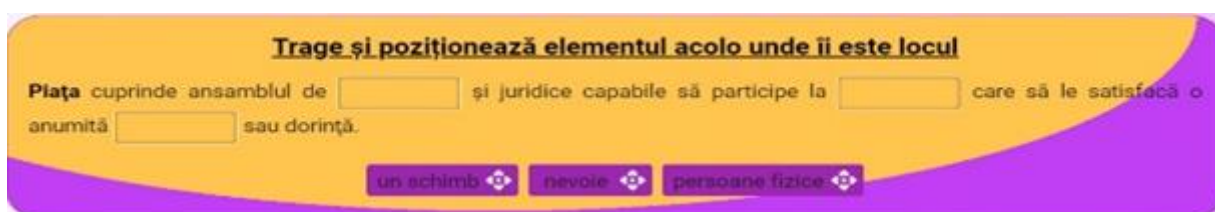


Figura 1. Poziționarea elementelor

Autoevaluare de la finalul fiecărui capitol, îți oferă posibilitatea de a mai revizui o dată materialul pentru a răspunde corect întrebărilor sau pentru a pune în ordine cuvintele. Într-un cuvânt, îți dă posibilitatea să vezi ce ți s-a memorat în urma acestui capitol și la ce mai ai de lucrat sau care dintre toate informațiile prezentate ți se par mai dificile și mai greu de înțeles, memorat sau explicat, exemplu de sarcină este prezentată în figura 2.



Figura 2. Încercuirea adevărat/fals

Livresq este despre dezvoltare, simplificare, interacțiune și un mod de asimilare a informației extrem de diferit. Pentru elevi cursul de „Bazele Antreprenoriatului” este atât de clar și bine înțeles și toate acestea doar datorită oportunităților acestei platforme, informația se prezintă-simplific. Sferele de cercetare în marketing sunt prezentate în figura 3.



Figura 3. Sferele de cercetare în marketing

Încorporarea video urilor este o oportunitate de analiză a conținuturilor cheie din unitatea de curs Bazele Antreprenoriatului. Astfel, unitatea de curs, prin intermediul acestei aplicații web a devenit mult mai îndrăgită de către elevi, mult mai interactivă și care a provocat interes elevilor asupra disciplinelor economice, exemplu de secvență video este prezentată în figura 4.

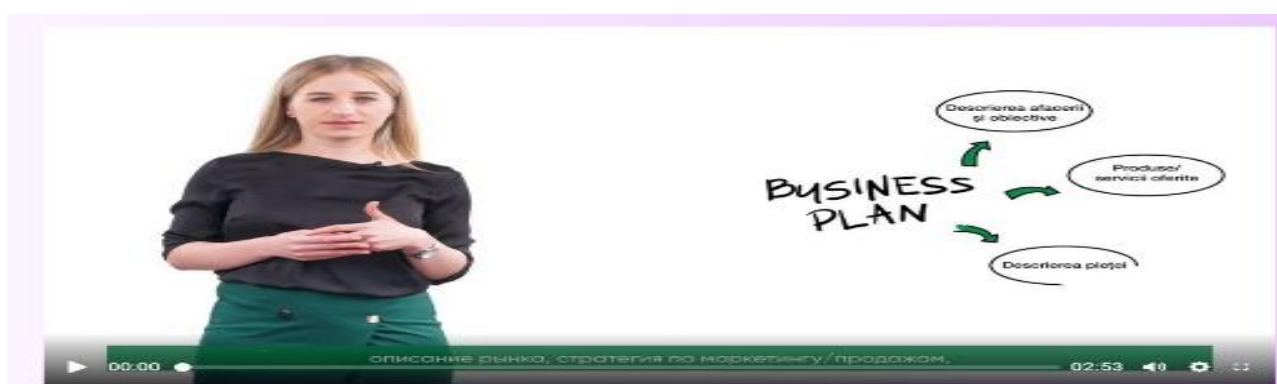


Figura 4. Plan de afaceri

Pentru a vedea ce cred elevii instituției despre această platformă, am elaborat un chestionar care a cuprins 7 întrebări, prin intermediul cărora a fost evaluată aplicația Livresq folosită la unitatea de curs “Bazele Antreprenoriatului” de către elevii din Centrul de Excelență în Economie și Finanțe. În urma rezultatelor obținute am înțeles cât de utilă este această aplicație și cât de mult ajută elevii în cadrul orelor online și offline.

La prima întrebare, “Cum ți se pare în raport cu accesibilitatea pe care o oferă aplicația Livresq la unitatea de curs "Bazele Antreprenoriatului" ? ” răspunsul câștigător a fost “e super accesibil totul” având 65%, este prezentată în figura 5. La întrebarea 2 “De unde cunoști aplicația "Livresq" ? ” , răspunsul cu cel mai înalt procentaj a fost : "De la unitatea de curs "Bazele Antreprenoriatului"- 90%, este prezentată în figura 6.

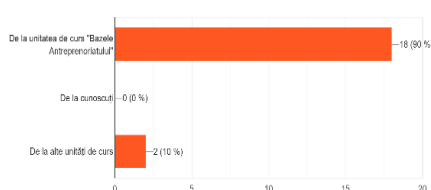


Figura 5 . Accesibilitatea aplicația Livresq

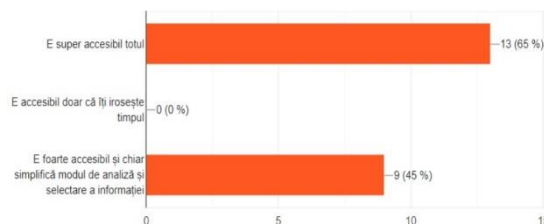


Figura 6. Cunoșc aplicația "Livresq

Întrebarea 3 , “Gadgeturile pe care le utilizați vă permit să învățați conținuturile?” și răspunsul cel mai popular “Da, foarte ușor”. La întrebarea următoare, 4, “Procesul de evaluare a conținuturilor în aplicația Livresq, la unitatea de curs "Bazele Antreprenoriatului" este...”, fiind o întrebare deschisă,

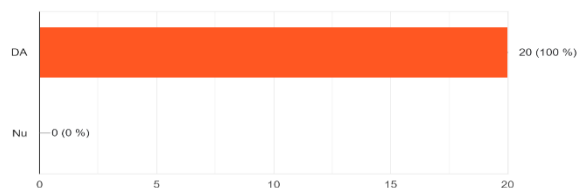
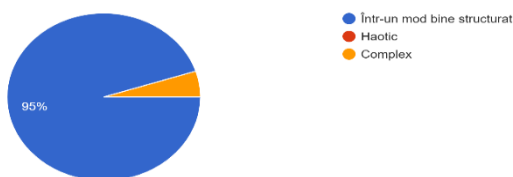
elevii s-au exprimat liber și am primit răspunsuri precum : “Foarte accesibil și ne oferă oportunitatea să asimilăm mai ușor informația”, “Foarte simplu și puțin efectiv”, “util și ușor memorabil”, “Foarte bun pentru a putea învăța eficient”, “foarte bună”. La întrebarea 5 “Conținuturile temelor în aplicația Livresq la "Bazele Antreprenoriatului" sunt reprezentate” răspunsul cu 95% acumulate a fost “ Într-un mod bine structurat” este prezentată în figura 7. Întrebarea 6 , “Cât de mult ți-a plăcut Livresq?” unde elevii au evaluat de la o scară de la 1(deloc) la 5(foarte mult) aplicația Livresq, iar răspunsul cu mai multe accesări a fost nr. 4 . Ultima întrebare, 7 , a fost “Ți s-a părut utilă această platformă în învățarea unității de curs "Bazele

Antreprenoriatului?”, iar răspunsul de vârf a fost “DA” este prezentată în figura 8.

Figura 7. Conținuturile în aplicația Livresq

Figura 8. Platformă utilă

În urma acestui chestionar, putem spune cu siguranță ca aplicația Livresq folosită la unitatea de curs “Bazele Antreprenoriatului” este una utilă, una informativă și extrem de complexă, oferind posibilitatea mai multor lucruri ce pot fi făcute simultan, foarte simplificat și ușor memorabil. Să înveți o unitate de curs nu este ușor, însă cu ajutorul platformelor de genul dat, precum e Livresq, să asimilezi informația devine o plăcere, cursul devine mai interesant și timpul este folosit eficient, mult mai bine planificat și structurat toate activitățile.



Concluzii.

În concluzie, platformele de învățare online, precum Livresq, au revoluționat modul în care oamenii accesează și dobândesc cunoștințe. Aplicația web Livresq la unitatea de curs “Bazele Antreprenoriatului” oferă un mediu flexibil și diversificat pentru învățare, potrivit pentru o gamă largă de interese și obiective educaționale. La unitatea de curs “Bazele Antreprenoriatului” aplicația web Livresq facilitează învățământul online și offline, aducând beneficii semnificative, oferind acces la resurse educaționale diversificate și flexibilitate în procesul de învățare. Deși, există provocări legate de calitatea interacțiunii și de adaptabilitate pentru diferite nevoi educaționale, această platformă mereu are actualizări noi prin care sunt îmbunătățite serviciile, platforma, dar și calitatea informațiilor prezentate. În continuare, inovațiile și îmbunătățirile sunt esențiale pentru a maximiza impactul lor pozitiv în domeniul educațional. Aplicația web Livresq folosită la unitatea de curs “Bazele Antreprenoriatului” a dovedit eficiență în facilitarea procesului de învățare online, oferind o gamă variată de resurse și instrumente interactive. Cu accesibilitate sporită și facilitarea colaborării, platforma a contribuit la optimizarea experienței educaționale, oferind un mediu propice pentru dezvoltarea cunoștințelor și abilităților, pentru învățarea corectă a unității de curs “Bazele Antreprenoriatului” și dezvoltarea elevilor.

Referințe bibliografice:

- [1]. Șargo A., Bazele antreprenoriatului. Note de curs, Editura: Totex-Lex, Chișinău, 2018.
[2]. Bugaian L., Antreprenoriat inițierea afacerii, Editura: Levința Angela, Chișinău, 2010.
[3]. <https://livresq.com/ro/faq/>
[4]. <https://www.elearning.ro/livresq-este-prima-solutie-romaneasca-de-elearning-conectata-la-clasaviitorului-ro-platforma-recomandata-de-ministerul-educatiei-si-cercetarii>

LIDERUL CHARISMATIC

ȘTEFANEȚ Diana¹, doctor în psihologie, grad did.superior, CUGUT Neonila², PAA 2011G

¹Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe, Chișinău, str. M. Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37379988055; E-mail: dianas2009@gmail.com

²Instituția Publică Centrul de Excelență în Economie și Finanțe, Chișinău, str. M. Costin 26/2, MD-2075, Republica Moldova, Tel: +37367116268, E-mail: cugutneonila70@gmail.com

Abstract:

In this article the authors explore the subject of charisma development and the behaviors associated with a charismatic leader, demystifying the myth that charisma is a mysterious trait reserved for a select few. The authors emphasize that charisma is a developable skill, highlighting seven essential behaviors that can be cultivated to become a more influential and inspirational leader. These behaviors include communication fluency, self-confidence, presence, authenticity, courage, passion, and poise.

The article offers a practical way to improve personal charisma, promoting charismatic leadership as a means of positive influence and inspiration, not only in the organizational environment, but also in personal life.

Cuvinte-cheie: lider, leadership, charisma, efect charismatic, beneficii.

În fața unui lider de succes sunt puse diverse sarcini, sunt înaintate diverse cerințe și totodată așteptăm să navigheze cu abilitate prin multitudinea de situații profesionale.

În opinia lui John Maxwell, una dintre calitățile importante ale unui lider este considerată abilitatea de a influența anturajul și circumstanțele. Puterea de influențare denumită ca arta de persuasiune presupune folosirea diverselor legi și tehnici de persuasiune într-un mod etic în scopul atingerii scopurilor organizației.

În acest context vom menționa că printre factorii puternici de influențare este considerată și CHARISMA.

Ce este charisma?

Opinia convențională referitoare la carismă presupune că numai câțiva oameni de excepție o posedă. Aceasta pare să implice proprietăți misterioase, aproape magice, asumându-se că te naști sau nu cu ele. Tradusă din limba greacă drept „darul zeilor”, charisma este confundată cu un fel de luciu extern sau atractivitate unică inerentă unui bărbat sau femeie.

De fapt, CHARISMA este abilitatea de a utiliza toate calitățile proprii pentru a realiza un impact puternic, memorabil asupra celorlalți oameni, influențându-i în plan emoțional, fizic și intelectual, inclusiv gândurile, atitudinile și comportamentul [3, p.14]. Este abilitatea pe care o persoană o are, care îi permite liderului să inspire și să creeze un entuziasm în ceilalți oameni. Charisma este o calitate care îi face pe oameni să se simtă și să se privească ca niște învingători.

În ciuda extraordinarului impact pe care îl exercită, oricât de impresionante și enigmatice par, efectele acestora nu sunt magice, supranaturale și nici imposibil de obținut. Într-o oarecare măsură, fiecare dintre noi poate produce o versiune atenuată, numită „efect charismatic”.

Menționăm cele 4 componente principale ale charisimei:

- 1) **Prezența:** Concentrare completă pe ceea ce se întâmplă în prezent, fără distrageri pe lucruri străine. Cu toată înfățișarea sa, liderul subliniază faptul că îi prețuiește și respectă pe ceilalți.
- 2) **Putere:** Este o persoană atractivă, în sfera muncii este o autoritate, cu încredere în sine.
- 3) **Căldură:** În relații cu cei din jur manifestă bunăvoință, atitudine grijulie, altruistă, cu impact pozitiv asupra celorlalți.
- 4) **Comunicare:** Comunicator excelent. Vorbește clar, convingător, își poate transmite ideile și viziunea într-un mod eficient, rezonând cu ascultătorii.

Astfel, putem deduce că o persoană se consideră charismatică dacă: este concentrată pe prezent, manifestă încredere în sine și putere, manifestă căldură și bunăvoință în relații, are abilități de comunicare, vorbește clar și convingător.

Liderul charismatic este persoana care deține o charismă sau un magnetism personal puternic, ceea ce îi permite să inspire, să atragă și să influențeze oamenii din jurul lor. Acest tip de lider se remarcă prin abilități de comunicare extraordinare, încredere în forțele proprii și carismă naturală, care fac ca oamenii să îl urmeze și să se angajeze în direcția pe care o propune. Liderii carismatici adesea împărtășesc o viziune clară și pasionată, punând un accent deosebit pe relația personală cu cei pe care îi conduc. Acești lideri pot fi foarte influenți și inspirați, manifestă fermitate în luarea deciziilor și dorința de a merge pe propriul său drum. Liderul charismatic este capabil să lupte pentru convingerile sale, iar acest lucru îi inspiră întotdeauna pe alții. [2, 4, 5].

În opinia lui Gheorghe Arădăvoaice punctele forte ale liderului charismatic sunt: credința și comunicativitatea, implicarea și responsabilitatea, loialitatea și franchețea, vitalitatea și entuziasmul, arta relațiilor interumane. [1, p.25].

Oamenii admiră și urmează pe cel ce corespunde idealului lor, cel care îi ajută să crească în credință, care îi ajută să-și dezvolte atitudinea pozitivă, calitățile și talentele. De aceea este atât de important să fii plin de carismă – să ai mereu o atitudine pozitivă, să-i convingi pe cei din jurul tău că ai o personalitate puternică și că ești un exemplu demn de urmat. Absolut toți vor ajunge să te iubească dacă le dai curajul și avântul de care au nevoie în vremurile nesigure, dacă îi încurajezi să creadă în reușită și dacă îi ajuți să se comporte și să gândească ca niște învingători.

Beneficiile de a fi charismatic:

- Cultivi și menții relații excelente.
- Influențezi constant și în mod pozitiv oamenii.
- Faci oamenii să se simtă bine cu ei înșiși.
- Atragi persoane prin atitudine magnetică.
- Abilități de comunicare îmbunătățite.
- Reducerea stresului și a tensiunii în relații.
- Capacitatea de a fi un lider de succes. [2, 3].

Explorarea și cultivarea calităților necesare pentru dezvoltarea carisimei unui lider reprezintă o temă de interes în domeniul leadership-ului și cel al dezvoltării personale. Pentru a căpăta o înțelegere și o dezvoltare mai profundă a calităților esențiale ale unui lider carismatic, Andrew Leigh propune noțiunea de **Efectul carismatic**, care întrunește o paletă de culori/ trăsături, mixarea cărora ne face să fim unici: Fluență, Încredere în sine, Prezență, Autenticitate, Curaj, Pasiune, Ținută. [3, p.44-46].

Fiecare dintre acestea afectează în mod direct impresia pe care o face persoana asupra celorlalți și eficiența în interacțiunile sale. În continuare le vom caracteriza pe fiecare.

1. Pentru a-ți îmbunătăți Efectul Charismatic ar trebui să-ți dezvolti ușurința cu care folosești cuvinte, fraze, idei, valori, subiecte, emoții și comunicarea în general. **Fluența** se referă la capacitatea de a vorbi sau de a comunica cu ușurință și fără efort într-o limbă sau într-un domeniu de cunoaștere specific, punând în special accent pe următoarele puncte:
 - să vorbești cu ușurință;
 - să explici idei complicate într-un mod simplu;
 - să comunici convingător;
 - să dai viață vorbelor tale;
 - să vorbești clar astfel încât să fii auzit;
 - să utilizezi pauzele în mod corespunzător și puternic. [3, p.65].
2. **Încrederea în sine** joacă un rol vital în crearea Efectului Charismatic și „este condiția indispensabilă pentru marile realizări” argumentează Samuel Johnson. „Dacă tu nu consideri că ești minunat, de ce ar face-o altcineva?” O cale spre cultivarea seminței încrederii, este prin afirmații. Afirmațiile oferă un flux continuu de reconfirmare mentală, o cale de întărire a încrederii personale. Fiecare afirmație descrie lumea ca și cum ea este deja așa cum ați dori Dvs. să fie. De exemplu:
 - „Sunt o persoană într-adevăr interesantă.”
 - „Oamenii abia așteaptă să audă ce am să spun.”
 - „Această prezentare este de un succes răsunător.”
 - „Sunt o persoană fluentă, cu o gândire rapidă.”
 - „Opiniile mele contează cu adevărat.” [3, p.93].
3. A fi cu totul **prezent** este o componentă esențială a Efectului Charismatic. Atunci când sunteți complet prezent, deveniți extrem de vigilenți la ceea ce vă înconjoară, conștient în mod acut de atmosferă, de tensiuni ascunse, de așteptări, câteodată chiar și de ce gândesc oamenii. Merită să vă opriți în acest punct și să vă întrebați unde s-a dus prezența dvs.? Ce vă oprește să fiți prezent mereu? Căile de a vă îmbunătăți prezența includ: reconectarea cu lumea; codul rutier al prezenței; utilizarea a două tipuri de energie; reînsuflețirea; sporirea conștiinței de sine.
4. **Autenticitatea** însoțește un Efect Charismatic puternic și se dovedește a fi deosebit de importantă în situația în care cineva administrează o afacere sau conduce niște oameni. Însă persoana însuși nu poate declara că este autentică, depinde de alții să decidă că așa este. Ceilalți trebuie mai întâi să vadă că ea este sinceră cu sine însuși, că știe cine este și că folosește asta pentru a comunica ce dorește. Când o persoană este autentică, ea interacționează simplu, se poartă așa cum e, și nu ca altcineva – nu există o regulă pentru cum se face asta. Mai simplu de spus: „ești așa cum ești”. Fiecare se naște autentic.
5. **Curajul**, nu se referă neapărat la asumarea unor riscuri dramatice – poate fi vorba pur și simplu despre îndrăzneala de a-și folosi corpul pentru a se impune în fața celorlalți. Pentru a prinde curaj în comunicarea interpersonală persoanele au nevoie atât de exercițiu regulat, cât și de aprecieri obiective din partea celorlalți. Dacă este necesar, nu ezitați de a cere feedbackul celor din jur.
6. În ciuda puterii sale cunoscute de a fi impresionanți, nu există nimic imposibil de înțeles în privința **pasiunii**. Este un act de reconectare cu propriul sine, căruia nu i s-a permis să se atrofieze. Este vorba de a permite cuiva să-și demonstreze pe deplin implicarea afectivă. Pasiunea poate influența

emoțiile, gândirea și chiar comportamentul altor persoane. „*O persoană pasionată este de preferat în locul a patruzeci de persoane vag interesate*”, consideră E.M. Forster.

7. „**Ținută**” este un cuvânt comod, dacă nu chiar elegant, pentru a vorbi despre atitudinea cuiva. Acesta include felul în care se prezintă, felul în care se îngrijește, înfățișarea generală și imaginea proprie. Fiecare dintre acestea au o influență asupra modului în care persoana este percepută de ceilalți. Când înfățișarea nu se potrivește perfect cu imaginea pe care și-o dorește, a venit timpul de a investi în schimbare, dar asta nu înseamnă de ați modifica întreaga personalitate. A-ți îmbunătăți impactul personal înseamnă a consuma timp și resurse pentru dezvoltarea variatelor aspecte ale ținutei în general. Asta ar putea include garderoba, postura, îngrijirea, strângerea mâinii, manierele, imaginea și așa mai departe.

În final, venim cu câteva recomandări pentru dezvoltarea charismei:

- 1) *Controlați-vă emoțiile.*
- 2) *Ascultați cu interes și puneți întrebări.*
- 3) *Spuneți o poveste accesibilă tuturor.*
- 4) *Vorbiți despre pasiunile dvs.*
- 5) *Oferiți mai mult.*
- 6) *Simțul umorului.*
- 7) *Amintiți-vă întotdeauna numele celorlalți.*
- 8) *Mergeți cu aceeași viteză ca și ceilalți – vor crede că sunteți prietenoși.*
- 9) *Dezvoltați-vă asertivitatea.*
- 10) *Dezvoltați-vă talentele. [1, 2, 4].*

Concluzii.

În concluzie, dezvoltarea charismei și a abilităților asociate unui lider carismatic reprezintă o cale valoroasă către un leadership mai eficient și mai inspirat. Cele șapte comportamente ale „Efectului Carismatic”, de la fluentă și încredere în sine, până la prezență, autenticitate, curaj, pasiune și înfățișare, oferă o cale practică de îmbunătățire a charismei personale și de creștere a impactului personal în relațiile interpersonale și în leadership. Aceste comportamente nu doar îi inspiră pe alții, dar pot, de asemenea, să îmbunătățească încrederea în sine, calitatea comunicării și modul în care sunteți perceput de ceilalți.

Cu angajament și efort continuu, fiecare persoană poate să-și dezvolte charisma și să devină un lider mai carismatic, influent și inspirat. Dezvoltarea charismei poate aduce beneficii semnificative nu doar în cadrul organizațiilor și grupurilor, ci și în viața personală, ajutând la construirea de relații puternice și la atingerea succesului. Astfel, investirea în dezvoltarea personală a charismei poate fi un pas semnificativ către o viață mai plină și mai inspirată.

Referințe bibliografice:

- [1]. ARĂDĂVOAICE Gheorghe. Charisma liderului. București: Ed.Antet, 2007. 144 p.
- [2] BENTON D.A. Executive charisma. Publisher: McGraw-Hill, 2003, 224 p.
- [3]. LEIGH ANDREW. Charisma: cum să faci o impresie puternică și durabilă. București: Ed.Trei, 2010. 270 p.
- [4]. LINDHOLM Charles. Charisma, 2002. În: <https://www.academia.edu/12414671/Charisma>
- [5]. MAXWELL J.C. Dezvoltă liderul din tine 2,0. București: Ed.Amaltea, 2018. 294 p.

GREENBUILD: MATERIALE SUSTENABILE PENTRU VIITORUL CONSTRUCȚIILOR

Irina UCRAINET¹, grad didactic superior, Tuhar Vitalie², gr. RC-410

¹Instituția Publică Colegiul Politehnic din Bălți, str. I. Franco, 11, MD-3100, Republica Moldova, Tel: 079649724, Email: ucrainetirins@gmail.com

²Instituția Publică Colegiul Politehnic din Bălți, str. I. Franco, 11, MD-3100, Republica Moldova, Tel: 068832997, Email: vitalie.tuhar2005@gmail.com

Abstract

This article explores the evolution of building materials and their impact on the construction industry. Emphasis is placed on new innovations in building materials aimed at reducing the carbon footprint, energy efficiency and sustainability. With concrete examples and references to cutting-edge research, the importance of these materials in creating a more sustainable future is emphasized.

Cuvinte cheie: materiale de construcții ecologice, inovații, sustenabilitate, eficiență energetică, certificări ecologice (LEED, BREEAM)

Industria construcțiilor a devenit un pilon al dezvoltării economice și sociale, dar în același timp, a adus provocări semnificative asupra mediului. Utilizarea materialelor de construcție tradiționale duce la epuizarea resurselor naturale și la creșterea emisiilor de carbon. Cu toate acestea, cercetătorii, inginerii și producătorii lucrează la dezvoltarea materialelor de construcție inovatoare care tind să reducă impactul asupra mediului, asigurând un viitor mai sustenabil.

Un model de materiale de construcții ecologice sunt materialelor de construcție verzi (eco) și reprezintă produsele concepute, fabricate și utilizate într-un mod prietenos cu mediul înconjurător, minimizând impactul asupra resurselor naturale, reducând poluarea și deșeurile asociate. Aceste materiale sunt adesea durabile, reciclabile sau biodegradabile.

Există numeroase exemple de materiale de construcție verzi (ecologice) disponibile pe piață, cele mai populare fiind:

- Izolații termice din bumbac reciclat: aceste materiale folosesc bumbac reciclat și alte materiale naturale pentru a asigura izolație termică eficientă.
- Lemn tratat ecologic: lemnul tratat cu substanțe mai puțin toxice este o alternativă verde la lemnul tratat chimic și poate fi folosit în construcții.
- Panouri solare integrate în țiglă: acestea sunt țigle de acoperiș care conțin panouri solare integrate, transformând acoperișurile în surse de energie regenerabilă.

- Beton reciclat: utilizarea agregatelor reciclate în producția de beton reduce consumul de materii prime și reduce deșeurile.
- Vopsele și finisaje non-toxice: aceste produse nu emit substanțe chimice periculoase în aerul interior.

Materialele de construcții ecologice aduc numeroase beneficii, atât pentru mediul înconjurător, cât și pentru proprietarii de clădiri. Printe acestea evidențiem:

- **Sustenabilitate:** materialele de construcție verzi sunt adesea fabricate din resurse regenerabile sau reciclabile, reducând astfel presiunea asupra resurselor naturale.
- **Eficiență energetică:** aceste materiale oferă o izolație termică superioară, ceea ce duce la reducerea consumului de energie pentru încălzire și răcire.
- **Reducerea amprente de carbon:** producția și utilizarea acestor materiale generează emisii mai scăzute de dioxid de carbon în comparație cu materialele tradiționale.
- **Calitatea aerului interior:** multe materiale de construcție verzi emit mai puține substanțe toxice, îmbunătățind astfel calitatea aerului în interiorul clădirilor.
- **Economii pe termen lung:** deși, inițial pot avea un cost mai mare, materialele de construcție verzi (eco) pot aduce economii semnificative în timp prin reducerea costurilor de energie și întreținere.

Certificările ecologice precum LEED și BREEAM reprezintă standarde și sisteme de evaluare a performanței ecologice a clădirilor și a proiectelor de construcție. Aceste certificări sunt importante în industria construcțiilor, deoarece atestă angajamentul pentru practici de construcție durabile și ecologice. Iată o scurtă prezentare a celor două certificări: LEED (Leadership in Energy and Environmental Design): LEED este un sistem de certificare dezvoltat de U.S. Green Building Council (USGBC) și este recunoscut pe scară largă în Statele Unite și la nivel global. Acest sistem evaluează performanța ecologică a clădirilor în mai multe domenii, cum ar fi eficiența energetică, calitatea aerului interior, gestionarea resurselor și inovația în design. Clădirile pot obține diferite niveluri de certificare, cum ar fi LEED Platinum, Gold sau Silver, în funcție de punctajul obținut.

BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method): BREEAM este un sistem de evaluare ecologică dezvoltat în Regatul Unit de către Building Research Establishment (BRE). Acesta evaluează clădirile și proiectele din punct de vedere al aspectelor legate de sustenabilitate, cum ar fi utilizarea terenurilor, energie, apă, sănătatea și confortul ocupanților. BREEAM acordă niveluri de evaluare precum: Excellent (nivel superior, excelent), Very Good (foarte bine), Good (bine), Acceptable (acceptabil) sau Pass (refuz, inacceptare).

Ambele certificări urmăresc promovarea unor practici de construcție durabile, reducerea impactului asupra mediului și creșterea eficienței energetice. Ele implică obținerea unui anumit număr de puncte sau respectarea unor criterii specifice pentru a obține certificarea. Utilizarea materialelor de construcție verzi (ecologice), eficiența energetică și gestionarea responsabilă a resurselor sunt doar câteva dintre aspectele acoperite de aceste sisteme de certificare.

Concluzii. În Republica Moldova, luând în considerație creșterea sustenabilă a interesului pentru construcții, lansarea unui business cu materiale de construcție ecologice poate fi o inițiativă valoroasă. Materialele de construcție au jucat și continuă să joace un rol crucial în evoluția societății noastre. Cu inovațiile din domeniu putem construi clădiri mai eficiente din punct de vedere energetic, cu amprentă de carbon redusă și durabile. Utilizarea acestor materiale este esențială pentru a construi un viitor ecologic. Este important, ca industria construcțiilor să continue să investească în cercetare și dezvoltare pentru a dezvolta și implementa aceste tehnologii inovatoare.

Referințe Bibliografice:

- [1]. Janssen, R., & Baggen, G. (2017). "Green building performance: A post occupancy evaluation of 22 green office buildings in the Netherlands." *Building and Environment*, 112, 162-170.
- [2]. Lee, W. K., & Kim, H. K. (2020). "Sustainable building materials and indoor environmental quality." *Journal of Building Engineering*, 29, 101059.
- [3]. Pacheco-Torgal, F., Jalali, S., & Fucic, A. (Eds.). (2018). "Eco-efficient Construction and Building Materials." Elsevier.
- [4]. Ochsendorf, J. (2017). "Structures and the Environment: Building Design for a Sustainable Future." Routledge.
- [5]. U.S. Green Building Council (USGBC). (2009). "LEED 2009 for New Construction and Major Renovations." Washington, D.C.: USGBC.

ARGUMENTAREA ROLULUI DIGITALIZĂRII AFACERILOR ÎN CONTEXTUL PANDEMIC

VALUȚA Gabriela¹ grad didactic II, DORMENCO Lidia² gr. MK 201

¹Instituția Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Petru Rare, str. MD – 2005, Republica Moldova, Tel: 060155567, Email: gabriela.valuta89@gmail.com

²Instituția: Colegiul Național de Comerț al ASEM, 18 Petru Rare, str. MD – 2005, Republica Moldova, Tel: 060100497, Email: dormenco.lidia17@gmail.com

Abstract

The development of modern society is due to information technologies, which are present in any business niche. With the beginning of the pandemic in 2020, the need for a radical change was suddenly felt, small and medium businesses suffered a lot financially due to the closure of commercial points. This stage led to raising the business to another level and forcing companies to change in order to survive and continue to increase revenues. Thus, the companies that created a website, that created an online shop, a delivery system, built relationships with employees, with factories, with partners in the online environment were able to maintain their competitiveness on the market.

I see this period economically advantageous for the companies that were able to modernize, because it was like a hundred that moved them a few steps up and now they have the opportunity to promote themselves to an unlimited number of clients, to do analyzes automated and that have permanent access to data. As soon as we have stopped joining the Digital word next to a business phrase, then we will know that we are truly "digital" leaders.

Cuvinte cheie: afacere, digitalizare, inovatie, dezvoltare, tehnologie, vanzari online, competitivitate;

Prezentul este marcat de lumea digitală în care trăim, iar în ultimii ani această tendință a devenit tot mai evidentă pentru orice business. Multe dintre modele noi de afaceri au la bază digitalizarea. Cu toate informațiile și instrumentele disponibile online, companiile pot crea modele de afaceri adaptate nevoilor proprii. Își pot îmbunătăți strategiile vechi cu noi idei, pot aduce noi resurse în planurile lor, pot construi ceva distinct, complet diferit și inovator. Pe măsură ce tehnologia se dezvoltă într-un ritm alert, companiile trebuie să înțeleagă că doar ținând pasul cu noile schimbări își pot menține competitivitatea și relevanța pe piață. Implementarea unor tehnologii precum inteligența artificială, Internet of Things sau Big Data analytics în cadrul unei organizații vor îmbunătăți pe termen lung performanța acesteia. Cu toate acestea, transformarea digitală nu se referă doar la tehnologie în sine, ci și la fuziunea dintre tehnologie și factorul uman, adaptat acestor noi schimbări. Scopul cercetării este de a aduce în evidență rolul digitalizării cât și necesitatea integrării instrumentelor digitale în activitatea companiilor, care pot reprezenta o temelie sigură pentru dezvoltarea afacerii.

Digitalizarea afacerilor a devenit un element central în strategiile organizațiilor din întreaga lume, iar pandemia de COVID-19 a accelerat și consolidat această tranziție către tehnologie. Într-un context în care distanțarea socială, izolarea și restricțiile de mobilitate au devenit norma, adaptarea rapidă la medii virtuale și soluții digitale a devenit esențială pentru supraviețuirea și prosperitatea afacerilor.[1] Pandemia a impus schimbări semnificative în modul în care afacerile funcționează și interacționează cu mediul lor, determinând o creștere a dependenței de tehnologie și inovație digitală. În această privință, digitalizarea nu a fost doar un răspuns la provocările imediate ale pandemiei, ci și o transformare structurală care a redefinit modul în care operațiunile comerciale sunt concepute, implementate și gestionate.[3]

În contextul pandemiei cu COVID-19, IMM din Republica Moldova au fost puse în impas, cu constrângeri severe pe partea de cerere și ofertă. Impactul asupra IMM este unul esențial, mai ales în contextul în care din cele cca. 98% de IMM cca. 75% sunt microîntreprinderi care nu au cunoștințele și resursele, inclusiv financiare, necesare unei ajustări rapide la condițiile noi de pe piață.

Totodată, conform ultimelor sondaje, 80,7% dintre gospodăriile au asigurat accesul la internet iar mai puțin de 17% dintre IMM-uri au integrat cu succes tehnologii digitale în activitatea lor, fapt ce reprezintă un potențial neexploatat pentru IMM din republica Moldova, dar și o necesitate urgentă de adoptarea a practicilor de digitalizare. [6]

Un fenomen destul de nou și modern pentru Republica Moldova este și prezența actelor juridice în formă electronică. Este un proces care se dezvoltă din ce în ce mai activ, deci este necesară și adaptarea legislației la nivelul economiei digitale. Noua tendință în dezvoltarea digitalizării activității este orientat prin minim două direcții: platforme și activități digitale. Primul model reprezintă platforme oferite de entități prin fintech și alți concurenți pentru a accesa produsele și serviciile acestora. Al doilea model, activitățile digitale, acestea se disting prin varietatea extinsă de servicii și prin procese din front și back-office. Digitalizarea este un element cheie pentru ca întreprinderile să poată concura împotriva modelelor de afaceri agile și perturbatoare. Dar ce este **digitalizarea** totuși? Digitalizarea unei afaceri se referă la integrarea tehnologiilor digitale în toate aspectele activităților unei companii: transformarea informațiilor și datelor analogice în format digital cu ajutorul dispozitivelor electronice și al programelor de software adecvate, astfel ca informațiile să poată fi prelucrate, stocate și transmise prin circuite, echipamente și rețele digitale.

Beneficiile digitalizării ar putea fi enumerate local astfel: eficientizarea proceselor afacerii și reducerea timpului de realizare a sarcinilor, îmbunătățirea productivității prin automatizarea unor procese și axarea personalului pe sarcini mai creative, reducerea costurilor operationale prin lucrul fără erori a sistemelor și programelor digitale, creșterea transparenței afacerii printr-o platformă în care toți managerii au acces în timp real și vad ce se întâmplă în companie, calitate și consecvență prin automatizarea procesului de urmărire a serviciilor pentru clienți și a asistenței acordate.

Deasemenea **instrumentele digitale**: găsirea afacerii prin intermediul hartilor google, prezentarea produselor/serviciilor pe instagram, prezentarea prin facebook, crearea propriului website, online shopping unde îți poți vinde produsele, modalități de plată rapidă

Digitalizarea afacerilor în Republica Moldova a jucat un rol esențial în adaptarea și supraviețuirea în contextul pandemiei. Argumentarea acestui rol poate fi structurată în următoarele puncte:

- **Continuitatea afacerilor:** Digitalizarea a permis multor companii să își păstreze activitatea în funcțiune în timpul restricțiilor impuse de pandemie. Cu ajutorul tehnologiei, angajații au putut lucra de la distanță, astfel încât afacerile să nu fie afectate în mod semnificativ.

- Comerțul online: Digitalizarea a facilitat tranziția către vânzările online pentru multe afaceri, de la magazinele de produse de bază până la restaurantele locale. Aceasta a permis companiilor să-și mențină veniturile și să rămână conectate cu clienții în ciuda închiderii fizice a magazinelor.[5]
- Servicii de livrare și logistică: Digitalizarea a contribuit la optimizarea proceselor de logistică și livrare, permițând afacerilor să răspundă la cererea crescută pentru servicii de livrare la domiciliu și să-și extindă aria de acoperire.
- Comunicare și colaborare online: Instrumente de comunicare și colaborare online precum Zoom, Microsoft Teams și Slack au permis afacerilor să își mențină legătura cu angajații, clienții și partenerii, facilitând astfel luarea deciziilor și gestionarea proiectelor într-un mediu virtual.
- Date și analize: Digitalizarea a furnizat companiilor acces la date în timp real și instrumente de analiză, permițându-le să răspundă rapid la schimbările pieței și comportamentul consumatorilor.
- Eficiență operațională: Automatizarea proceselor de afaceri prin intermediul tehnologiei a ajutat companiile să își optimizeze operațiunile și să reducă costurile, făcându-le mai rezistente în fața perturbărilor.[2]
- Trecerea la modele de afaceri noi: Digitalizarea a deschis oportunități pentru companii să dezvolte noi modele de afaceri, precum abonamente, servicii bazate pe cloud sau aplicații mobile, care să răspundă la nevoile schimbătoare ale clienților.[4]

Studiind domeniul marketing si activand intr-o companie locala, care are si avea pe timp de pandemie 3 magazine fizice, am fost parte din acest proces. Am fost implicata in digitalizarea operatiunilor si mai cu seama crearea unui site cu magazin online pe platforma woocommerce, apeland la companii de curierat locale, pentru intreg teritoriul tarii. A fost o trecere rapida care a implicat mult lucru, incepand cu design-ul site-ului, crearea magazinului online si plasarea tuturor produselor, sistema de achitare si livrare si SEO desigur, pentru a ne plasa pe primele locuri in cautarile pe google. Deasemenea au fost intreprinse schimbari in procesele de logistica ce tine de comenzile online si livrarea acestora.

Comparare indicatorii de performanță

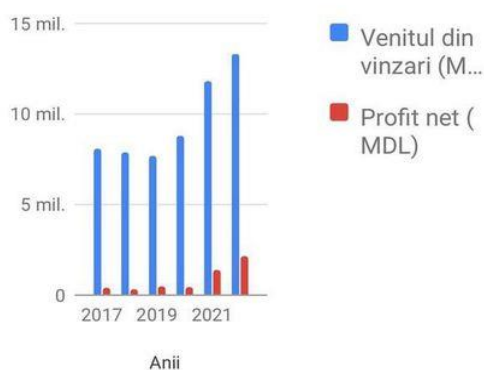


Figura 1. „Reprezentarea grafică a veniturii și profitului net înainte și după pandemie”

Tabel 1. „Venitul din vânzări și profitului net înainte și după pandemie 2018-2022”

Anii	Venitul din vinzari (MDL)	Profit net (MDL)	Nr. Angajati
2018	7,92 mil	365,70 mii	12
2019	7,72 mil	523,90 mii	12
2020	8,83 mil	480,90 mii	8
2021	11,85 mil	1,43 mil	8
2022	13,36 mil	2,19 mil	8

Sursă: <https://www.data2b.md/ro/companies/1003600157922/societatea-comerciala-art-atribut-srl>

În tabelu 1 este reprezentat venitul din vânzări și profitul net din anii 2018-2022. În anul 2020 când s-a început pandemia profitul net a scăzut cu 42 mii, ce este aproximativ 8,19%. Compania a construit noi stragetii pentru a se menține pe piață și au pus un mare accent pe site-ul lor și pe rețelele de socializare cum este instagram, facebook și tik-tok. Astfel acestia au putut continua acvtvitatea lor prin comenzile ce erau făcute online.



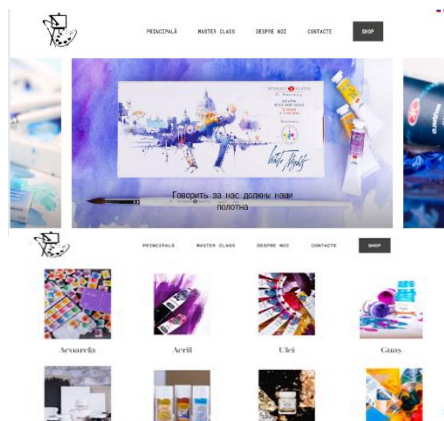


Figura 2. „Site versiune veche, 2017”

Sursă: <http://www.artatribut.md/>

Figura 3. “Site versiune noua cu shop, 2022”

Am prezentat în figura 1.3 site-ul care era înainte de pandemie, în formă de prezentare de branduri și siteul făcut în urma pandemiei, care conține magazin online, blog și promovare online prezentat în figura 3.

Actualmente se oferă **granturi pentru digitalizare** afacerii cu proiectul „Digitalizarea afacerii prin Programul IMM AGRI-FOOD”. Ajutor financiar nerambursabil- granturi de capital de lucru între 5.000 € - 120.000 €, valoare grantului: 5.000 de Euro pentru IMM-urile cu cifra de afaceri la 2019 cuprinsă între 5.000 și 13.500 euro, valoare grantului: 15% din CA pentru IMM-urile cu cifra de afaceri la 2019 mai mare de 13.501 euro.

Concluzii:

Digitalizarea afacerilor în Republica Moldova a fost esențială pentru a face față provocărilor aduse de pandemie. Aceasta a permis companiilor să continue să funcționeze, să servească clienții și să se adapteze rapid la schimbările din mediul de afaceri, consolidând astfel reziliența economică a țării. Tehnologiile ne ajută să evoluăm, să eficientizăm activitățile angajaților și să concurăm cu succes. Generația actuală promovează afacerile digitalizate, inspirând încredere atât în conducătorii de afaceri existenți, cât și în cei care doresc să își dezvolte propriul business. Soluțiile digitale sunt adaptate fiecărui domeniu, iar opțiunile de finanțare sunt variate. Avantajul digitalizării este perceput diferit de cei care o adoptă.

Referințe bibliografice:

- [1]. RISTEA A. L., FRANC V.I.(2010) Marketing strategic. – București: Editura Expert
- [2]. KOTLER, PH. Managementul marketingului, ediția a 11-a
- [3]. <https://ghidulafacerii.ebrd.md/posts/Avantajele-digitaliz%C4%83rii-pentru-afacerea-ta>
- [4]. <https://www.odimm.md/ro/digitalizarea>
- [5]. <https://www.data2b.md/en/companies/1003600157922/societatea-comerciala-art-atribut-srl>
- [6]. <https://ciel.ro/blog/antreprenoriat/5-moduri-prin-care-digitalizarea-schimba-lumea-afacerilor/>
- [7]. https://www.one-it.ro/digitalizare_cu_granturi/
- [8]. <https://www.pluriva.com/guide/ce-inseamna-digitalizarea-afacerii-avantaje/>
- [9]. <https://microinvest.md/digitalizarea-afacerilor/>

ANATOMIA BANILOR: CELE 5 CARACTERISTICI ESENȚIALE ALE ACESTORA

Tatiana ZBÎRCIOG¹, grad didactic superior, **Gheorghe ARMANU²** gr. C 2041

¹Instituția Publică Colegiul „Iulia Hasdeu” din Cahul, str. Dunării 36, MD-3909, Republica Moldova, Tel: 068257570, Email: tatiana.zbirciog@profesor.cihcahul.md

²Instituția Publică Colegiul „Iulia Hasdeu” din Cahul, str. Dunării 36, MD-3909, Republica Moldova, Tel: 069798754, Email: armanu.gheorghe@elev.cihcahul.md

Abstract This article delves into the fundamental components that define the essence of money. Money plays a vital role in our daily lives, yet its underlying characteristics are often overlooked. In this comprehensive exploration, we examine the five essential attributes of money: portability, divisibility, limited reserve, durability, and social acceptance. By understanding the anatomy of money, we gain insights into its evolution, significance, and its role as a universal medium of exchange in modern society. This article sheds light on the intricacies that make money a linchpin of our global economic system and offers a deeper appreciation of its multifaceted nature.

Cuvinte-cheie: Bani, portabilitate, divizibilitate, rezerva limitată, durabilitate, acceptarea socială, FIAT, Internet Banking

Banii, esențiali în activitățile economice de zi cu zi, constituie un instrument de schimb recunoscut în tranzacțiile pentru bunuri și servicii. Economiiștii definesc *banii* ca orice bun care este larg acceptat ca plată finală pentru bunuri și servicii.[1] Evoluția lor istorică este fascinantă, începând de la practicarea schimbului direct de resurse înaintea apariției monedei. De-a lungul timpului, banii au luat diverse forme, inclusiv scoici de cauri, roți de piatră și mărgelile wampum. Cu aproximativ 5.000 de ani în urmă, shekelul mesopotamian a fost prima formă cunoscută de monedă.

Monedele de aur și argint, apărute în jurul anilor 650-600 î.Hr., au marcat un punct de cotitură în istoria banilor. Aceste monede ștampilate au evoluat, devenind asociate cu aurul din monedele moderne. Inovația semnificativă a monedelor reprezintă o piatră de hotar de proporții în evoluția istoriei banilor, marcând un moment crucial deoarece au fost printre primele mijloace de schimb care au permis oamenilor să efectueze plăți pe baza valorii nominale, în loc de greutate.[2] Conform argumentului convențional, banii reprezintă un instrument de schimb cu avantajul de a elimina ineficiențele asociate trocului. [3, pag 26]

Astfel, de la practicile primitive de schimb direct la monedele de aur și argint, evoluția banilor a jucat un rol crucial în dezvoltarea și facilitarea tranzacțiilor economice de-a lungul istoriei.

În prezent, banii sunt orice mijloc legal de plată care este larg acceptat ca plată finală pentru bunuri și servicii.[4] Aceștia împărtășesc trei funcții principale:

- În primul rând: banii sunt un depozit de valoare. Deținerea banilor este o modalitate mai eficientă de stocare a valorii decât deținerea altor obiecte de valoare.
- În al doilea rând: banii sunt o unitate de cont. Bani pot fi priviți precum un măsurător - dispozitiv folosit pentru a măsura valoarea în tranzacțiile economice.
- În al treilea rând: Banii reprezintă un mijloc de schimb. Acest lucru înseamnă că banii sunt acceptați pe scară largă ca metodă de plată. [1] În contextul achizițiilor, se impune garantarea acceptării plăților în moneda națională, de exemplu, leul moldovenesc în Republica Moldova. Caracteristica distinctivă a leilor moldovenești este subliniată prin menționarea faptului că aceștia sunt mijloace legale de plată, fiind recunoscuți pentru toate obligațiile. Acest aspect subliniază angajamentul guvernului Republicii Moldova de a proteja dreptul consumatorului de a utiliza lei moldovenești în tranzacțiile economice.

Indiferent de forma pe care au avut-o de-a lungul istoriei sau o dețin în prezent, banii posedă caracteristici cheie care includ: portabilitatea, divizibilitatea, rezerva limitată, acceptarea socială și durabilitatea. (Figura1)

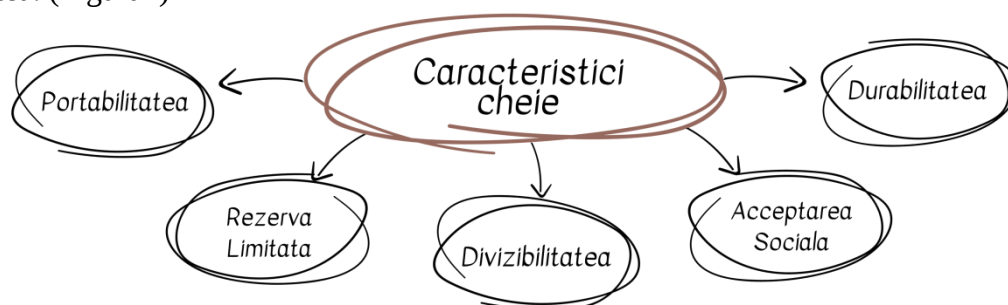


Figura 1. Caracteristicile cheie ale banilor (sursa: elaborat de autor)

În „Principles of Economics” de N. Gregory Mankiw, **portabilitatea** este definită ca „capacitatea banilor de a fi ușor transportați și utilizați în tranzacții comerciale”. [5] Portabilitatea facilitează schimburile economice contribuind astfel la funcționarea eficientă a unei economii. Este un element cheie în evoluția sistemelor financiare, de la utilizarea materialelor tradiționale la inovațiile digitale din era contemporană. Aurul fiind un metal durabil și rezistent la coroziune, a oferit o opțiune practică pentru monede, fiind ușor de transportat. Acesta are o densitate de 19.3 g/cm³. Densitatea ridicată a aurului face ca acest metal să aibă o valoare mare într-un volum mic. Aceste caracteristici au contribuit la atracția aurului în istorie ca mijloc de schimb.

În secolul al XIX-lea, bancnotele au fost introduse ca o alternativă la monedele metalice. Acestea au fost mai ușoare și mai convenabile decât monedele și puteau fi transportate mai ușor.[6]

În prezent, odată cu tehnologizarea, banii pot fi transferați în întreaga lume, astfel că în era digitală există numeroase soluții moderne, instrumente care facilitează portabilitatea banilor în mediul digital.

- Una dintre aceste soluții este reprezentată de *portofelele digitale* sau *aplicații mobile* precum PayPal, Apple Pay și Google Wallet, care permit utilizatorilor să stocheze, să transfere și să cheltuiască bani electronic, oferind astfel o modalitate eficientă de gestionare a finanțelor personale.
- O altă inovație în gestionarea banilor în era digitală o reprezintă *criptomonedele*, cum ar fi Bitcoin și Ethereum. Aceste monede digitale pot fi stocate în portofele virtuale și utilizate pentru tranzacții online, oferind un grad ridicat de securitate și anonimitate în procesul de transfer financiar.
- *Cardurile bancare contactless* reprezintă o altă opțiune modernă. Acestea permit plăți rapide și ușoare la punctele de vânzare, fără a fi nevoie de introducerea codului PIN sau semnătura.

- De asemenea, *plățile mobile peer-to-peer* devin tot mai populare în această eră digitală. Aplicații precum Venmo, Cash App și Zelle permit utilizatorilor să transfere bani între ei prin intermediul smartphone-ului, facilitând schimbul de fonduri între persoane într-un mod simplu și rapid.
- Serviciile de *Internet Banking* reprezintă o modalitate convenabilă prin care utilizatorii pot accesa și gestiona servicii bancare direct prin intermediul internetului, oferindu-le posibilitatea de a controla finanțele lor în orice moment și de oriunde în lume.

Rezerva limitată este un concept economic care are rădăcini într-unul dintre cele mai elementare fapte ale vieții: problema alocării resurselor limitate în condiții de cerere nelimitată. În raport cu banii, rezerva limitată este o politică monetară care implică limitarea cantității de bani care pot fi imprimate sau puse în circulație de către o bancă centrală.

Într-o eră în care lumea căuta un sistem monetar stabil, s-a născut *standardul aurului*. Conform acestui sistem fiecare unitate monetară, fie ea o monedă sau bancnotă, a fost sprijinită de o anumită cantitate de aur păstrată în rezervele băncilor centrale.

Cu toate acestea, pe măsură ce economiile globale au crescut și cerințele financiare au evoluat, standardul aurului a devenit mai puțin flexibil. Acest lucru a dus în cele din urmă la abandonarea lui în favoarea unui *sistem de rate de schimb flotante* (1971).

Majoritatea monedelor moderne nu sunt susținute de o rezervă fizică de aur sau argint. În schimb, ele se bazează pe încrederea oamenilor și a piețelor în capacitatea guvernelor și băncilor centrale de a menține stabilitatea valorii lor. Aceasta este cunoscută sub numele de *sistem monetar bazat pe fiducie*, care mai poartă denumirea de bani FIAT. Termenul „bani FIAT” se referă la bani emiși de către o autoritate guvernamentală și care nu au o valoare intrinsecă, adică nu sunt susținuți de niciun bun fizic. Valoarea banilor FIAT este stabilită în mod legal de către guvernul care îi emite și este acceptată de către populație în baza încrederii în autoritatea emitentă și în capacitatea acesteia de a menține stabilitatea valorii monetare.

În era digitală, banii au devenit tot mai puțin tangibili, cu creșterea utilizării monedei electronice și a plăților digitale. *Tehnologia blockchain*, cum ar fi Bitcoin, au introdus noi modele de gestionare a rezervelor și de efectuare a tranzacțiilor financiare, cu o transparență sporită și o rezervă fixă de monede în unele cazuri.

Din moment ce Bitcoin este o criptomonedă *descentralizată* (absența unei autorități centrale sau a unei entități de control asupra rețelei sau a monedei digitale), există o limită superioară de 21 de milioane de Bitcoin care pot fi minati în total. Se estimează că ultimul Bitcoin va fi minat în jurul anului 2140.^[7]

Divizibilitatea reprezintă caracteristica unui bun care poate fi fragmentat în porțiuni mai mici fără devalorizare. În contextul tranzacțiilor economice variate, esențială este capacitatea unei monede de a fi divizibilă, facilitând utilizarea sa extinsă în cadrul unei economii. Integritatea valorii monedei trebuie să rămână constantă, indiferent de subdiviziunile sale nominale.

Metalele precum aurul, argintul sau cuprul au fost adesea adoptate ca mijloace de schimb de-a lungul istoriei datorită divizibilității lor intrinseci. Fiecare dintre aceste elemente pure poate fi subdivizat în unități mai mici.

Cu toate acestea, divizibilitatea reprezintă una dintre limitările aurului în calitate de monedă în comparație cu alte forme de bani, cum ar fi „banii FIAT” sau „criptomonedele”. Dificultatea în a-l diviza în denominațiuni mai mici constituie un dezavantaj. Banii FIAT sunt tipăriți și distribuiți în diferite valori, inclusiv monede, pentru a utiliza eficient banii în tranzacții. Chiar și așa, inconvenientul de a transporta monede strică divizibilitatea acestora. Pe de altă parte, Bitcoin, fiind o entitate complet digitală, este divizibil la nesfârșit. Pe blockchain-ul Bitcoin, fiecare bitcoin poate fi subdivizat în 100 de milioane de unități numite *satoshis*, deși cheltuirea unui singur satoshi poate fi impracticabilă din cauza taxelor de

tranzacție. Este crucial să subliniem că subdivizarea unei monede, fie ea satoshi sau o unitate FIAT, nu conduce la inflație.

Acceptarea socială a banilor este esențială pentru asigurarea funcționalității monedei ca mijloc de schimb într-o societate. Încrederea și recunoașterea monedei ca fiind acceptată de către toți participanții în schimbul bunurilor și serviciilor sunt fundamentale pentru menținerea stabilității economice și a valorii monedei.

Într-o societate în care banii sunt social acceptați, tranzacțiile economice sunt facilitate, iar instituțiile financiare și guvernamentale câștigă credibilitate. Această acceptare contribuie la stabilitatea valorii monedei și la eficacitatea acesteia în funcția sa de mijloc de schimb.

Odată cu dezvoltarea tehnologiilor, era digitală a adus schimbări semnificative în acceptarea socială a banilor. Oamenii tind să renunțe la banii fizici în favoarea soluțiilor digitale, influențând modul în care moneda este percepută și utilizată în societate.

Plățile digitale, cum ar fi cardurile de credit și portofelele digitale au câștigat popularitate și au devenit obișnuite pentru efectuarea tranzacțiilor și partajarea de bani între prieteni. Această tendință a crescut acceptarea socială pentru soluțiile electronice în detrimentul banilor tradiționali.

Criptomonedele, în special Bitcoin, au devenit recunoscute ca mijloace de plată în creștere în anumite cercuri. Aceste monede digitale au contribuit la diversificarea opțiunilor de plată și au schimbat perspectiva asupra acceptării sociale a banilor într-o eră dominată de tehnologie.

Era digitală a adus cu sine transformări semnificative în modul în care oamenii percep și utilizează banii. Acceptarea socială a evoluat, plățile digitale și criptomonedele devenind din ce în ce mai integrate în viața cotidiană. Aceste schimbări au impact asupra eficacității monedei și relevanței acesteia într-o societate în continuă schimbare.

Durabilitatea este o caracteristică importantă a banilor și se referă la capacitatea lor de a rezista uzurii și deteriorării în timp. Banii trebuie să fie durabili pentru a putea fi folosiți în mod eficient în tranzacțiile financiare și pentru a menține valoarea lor pe termen lung. Monedele și bancnotele sunt concepute pentru a fi durabile și rezistente la uzură, variind în durabilitate în funcție de materialul utilizat. Bancnotele sunt fabricate pe suport de hârtie tratată special pentru a rezista la apă și contaminare, în timp ce monedele sunt confecționate din metale precum cupru, nichel și alamă, asigurând rezistență la coroziune. Acest design reflectă atenția acordată practicabilității și longevității în procesul de fabricație al mijloacelor de schimb. Monedele digitale au intrat rapid în viața oamenilor, schimbând modul în care gestionăm banii. Avantajul principal al monedelor digitale a fost *accesibilitatea globală*. Globalizarea financiară a permis oamenilor să efectueze tranzacții, să economisească și să investească fără restricții geografice, conducând la o interconectare crescută a economiilor.

Cu toate acestea, volatilitatea și reglementările variabile continuă să reprezinte provocări semnificative pentru durabilitatea lor. În ciuda acestor obstacole, monedele digitale păstrează un interes intens, alimentând speranța unui viitor financiar mai dinamic și flexibil.

Concluzii:

Banii reprezintă un element central în activitățile economice, evoluând de la schimbul direct de resurse la monedele de aur și argint și adaptându-se la era digitală. Caracteristicile cheie precum *portabilitatea*, *divizibilitatea*, *rezerva limitată*, *acceptarea socială* și *durabilitatea* au modelat istoria banilor. În prezent, soluții digitale, criptomonedele și plățile electronice transformă modul în care sunt percepuți și utilizați banii. Această evoluție reflectă nu doar schimbările tehnologice, ci și adaptabilitatea continuă a sistemelor financiare la noile realități economice.

Referințe bibliografice

- [1] <https://www.stlouisfed.org/education/economic-lowdown-podcast-series/episode-9-functions-of-money>.
[2] <https://uniunea.ro/istoria-banilor/>
[3] NIALL FERGUSON „THE ASCENT OF MONEY”
[4] <https://tavex.ro/ce-sunt-banii/>
[5] N. Gregory Mankiw “Principles of Economics”
[6] <https://monepos.ro/istoria-banilor-episodul-3-cum-au-aparut-bancnotele/>
[7] www.binance.com

FORȚA DE MUNCĂ ȘI DINAMICA SALARIZĂRII ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Tatiana ZBÎRCIOG¹, grad didactic superior, Ghenadie EREMIA² gr. C 2041

¹Instituția Publică Colegiul „Julia Hasdeu” din Cahul, str. Dunării 36, MD-3909, Republica Moldova, Tel: 068257570, Email: tatiana.zbirciog@profesor.cihcahul.md

²Instituția Publică Colegiul Iulia Hasdeu din Cahul, strada Dunării 36, MD-3909, Republica Moldova, Tel: 078419133, Email: eremia ghenadie@elev.cihcahul.md

Abstract

This presentation centers on labor market dynamics and compensation aspects. The workforce serves as a central driver of a nation's economic growth, while salary dynamics involve a comprehensive analysis of financial conditions and the equilibrium between employee needs and the economy's capacity to fulfill them. Key aspects covered in this presentation encompass remuneration, wage deductions, unemployment, globalization, and digitization. Additionally, it includes an in-depth analysis of the labor force and wage trends within the Republic of Moldova. Understanding these factors is critical for informed economic decision-making and workforce management in a rapidly changing global landscape.

Cuvinte-cheie: *Dinamica salarizării, digitalizarea, forța de muncă, globalizarea, salarizarea, tehnologia, șomaj, inflația.*

În Republica Moldova, salarizarea reprezintă un subiect de interes în ultimii ani, deoarece țara se confruntă cu provocări economice și sociale, iar acest lucru are un impact deosebit asupra nivelurilor de salarizare. În Republica Moldova, salariile sunt în general mult mai mici decât în alte țări europene, din care motiv o mare parte a populației a migrat în aceste țări pentru a găsi oportunități mai bune. În același timp, au fost depuse eforturi pentru a crește nivelul salariilor și de a îmbunătăți standardele de viață a populației țării. Factorii care au contribuit la această creștere sunt dezvoltarea sectorului IT, atragerea investițiilor străine și dezvoltarea industriei.

Forța de muncă și dinamica salarizării sunt două aspecte importante ale economiei unei țări, având o interdependență puternică între ele, unde *forța de muncă* se referă la numărul de persoane disponibile pentru a munci într-un anumit interval de timp și este influențată de mai mulți factori, precum vârsta, nivelul educației și locația geografică.

În ceea ce privește *dinamica salarizării*, aceasta se referă la modul în care salariile se schimbă în timp. Acest aspect este influențat de diverși factori, precum cererea și oferta de muncă, politica guvernamentală, inflația și nivelul educației. În acest context, o creștere a salariilor poate indica o economie sănătoasă, însă în același timp, ea poate genera inflație, deoarece cheltuielile totale pentru bunuri cresc, ceea ce poate duce la scăderea puterii de cumpărare a monedei naționale. Astfel, dinamica salarizării este un aspect esențial pentru evaluarea stării economiei și pentru menținerea echilibrului între nevoile forței de muncă și capacitatea economiei de a le satisface.

Analiza dinamicii salarizării în Republica Moldova în primele două trimestre ale anului 2023, atestă o creștere semnificativă a câștigului salarial mediu lunar brut la unitățile din sectorul real cu patru și mai mulți salariați, precum și la instituțiile bugetare. În Trimestrul I, câștigul salarial a înregistrat o ascensiune notabilă, atingând 11,486.2 lei, reflectând o creștere de 20.1% față de aceeași perioadă a anului precedent. Această expansiune susținută a continuat și în Trimestrul II, când câștigul salarial a atins 12,175.9 lei, înregistrând o creștere de 17.3% față de Trimestrul II al anului 2022. Aceasta confirmă o evoluție pozitivă și continuă pe piața muncii. Creșterea susținută a câștigului salarial în primele două trimestre din 2023 are potențialul de a contribui la stimularea economiei, prin creșterea puterii de cumpărare a populației și consolidarea stabilității financiare (figura 1).

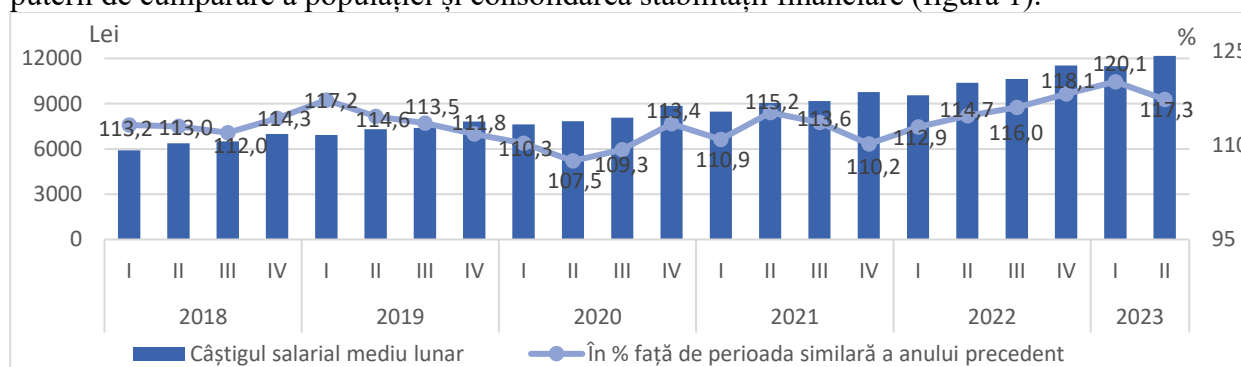


Figura 1. Evoluția câștigului salarial mediu lunar, pe trimestre[Sursa: statistica.gov.md]

Creșterea semnificativă a câștigului salarial mediu lunar în Republica Moldova în primele două trimestre ale anului 2023 are implicații semnificative pentru forța de muncă și piața muncii. Această evoluție pozitivă poate fi interpretată în contextul unei îmbunătățiri a condițiilor pentru angajați.

În general, o forță de muncă bine educată și calificată poate contribui la creșterea economică a unei țări, iar analiza evoluției populației ocupate și a ratei de ocupare în Republica Moldova în primele două trimestre ale anului 2023 evidențiază progrese semnificative. În Trimestrul I 2023, populația activă a înregistrat o ușoară creștere la 865.3 mii persoane, comparativ cu aceeași perioadă din 2022. Rata de ocupare a crescut la 42.0%, depășind cu mult nivelul de 38.9% din trimestrul I 2022. În trimestrul II 2023, populația ocupată a înregistrat o creștere semnificativă la 899.6, comparativ cu 878.9 în aceeași perioadă a anului precedent, iar rata de ocupare a continuat să crească la 43.7%, depășind nivelul anterior de 41.3%. (figura 2)

Aceste tendințe pozitive reflectă un mediu economic îmbunătățit în Republica Moldova, oferind oportunități sporite de angajare și condiții de muncă mai favorabile în cursul anului 2023.

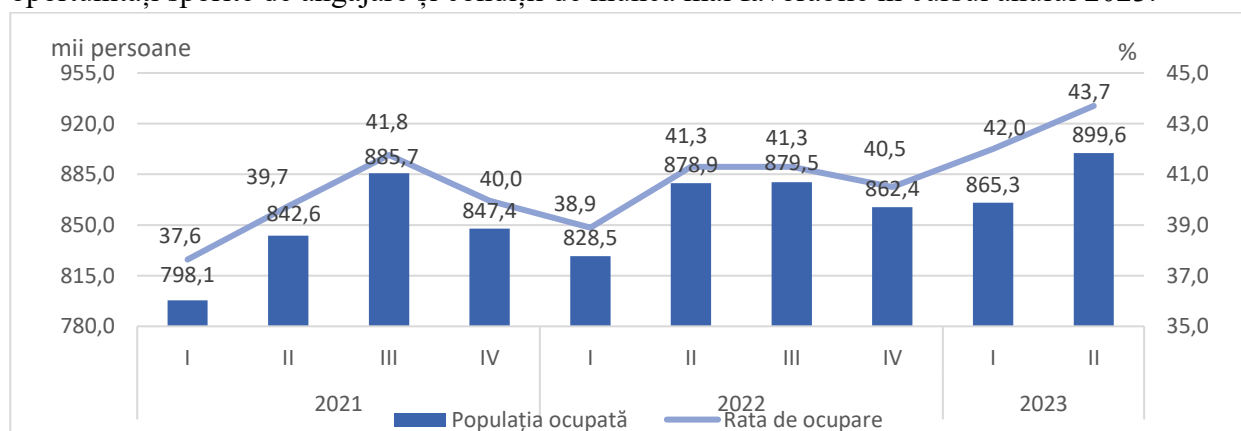


Figura 2. Evoluția populației ocupate pe trimestre, anii 2021-2023[Sursa: statistica.gov.md]

Diferența dintre forța de muncă totală și populația ocupată reprezintă șomajul.

Șomeri conform criteriilor BIM sunt persoanele de 15 ani și peste, care în decursul perioadei de referință îndeplinesc simultan următoarele condiții:

- nu au un loc de muncă și nu desfășoară o activitate în scopul obținerii unor venituri;
- sunt în căutarea unui loc de muncă, utilizând în ultimele 4 săptămâni diverse metode pentru a-l găsi, precum înscrierea la Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă sau la agenții private de ocupare;
- sunt disponibile să înceapă lucrul în următoarele 15 zile, imediat ce vor găsi un loc de muncă.^[2]

Numărul șomerilor în prezent sunt reprezentați de 35.6 mii persoane. Rata șomajului la nivel de țară în trimestrul II 2023 a înregistrat valoarea de 3,8%, fiind mai mare față de nivelul trimestrului II 2022 (2,4%). În cadrul analizei forței de muncă pe sexe, ratele de ocupare au crescut de la 40.1 în trimestrul I 2022 la 44.5% în trimestrul I 2023 și apoi la 45.4% în trimestrul II 2023. Această creștere indică o tendință constantă de îmbunătățire a participării la forța de muncă în primele două trimestre ale anului 2023. Bărbații au înregistrat o creștere de la 44.4% în trimestrul I 2022 la 49.6 în trimestrul I 2023 și apoi la 49.8% în trimestrul II 2023. Femeile au avut, de asemenea, o creștere semnificativă, de la 36.3% la 41.8% și apoi la 45.4% în aceeași perioadă. Aceste date reflectă o creștere a ratei de ocupare pentru ambele sexe în primele două trimestre ale anului 2023.

Analiza ratelor de ocupare pe medii denotă că în mediul urban, ratele de ocupare au evoluat de la 48.6% în trimestrul I 2022 la 51.1% în trimestrul I 2023 și apoi a scăzut la 49.1% în trimestrul II 2023. În mediul rural, observăm o creștere semnificativă, de la 34.7% în trimestrul I 2022 la 39.6% în trimestrul I 2023 și apoi la 42.7% în trimestrul II 2023. Ambele medii înregistrează o îmbunătățire a ratei de ocupare în primele două trimestre ale anului 2023.

Trimestrele I și II ale anului 2023 aduc cu sine o creștere semnificativă a ratei de ocupare în comparație cu aceeași perioadă a anului 2022. Aceste evoluții pozitive indică o dinamică ascendentă în participarea la forța de muncă, reflectând un mediu economic îmbunătățit și o îmbunătățire a oportunităților de angajare (figura 3).

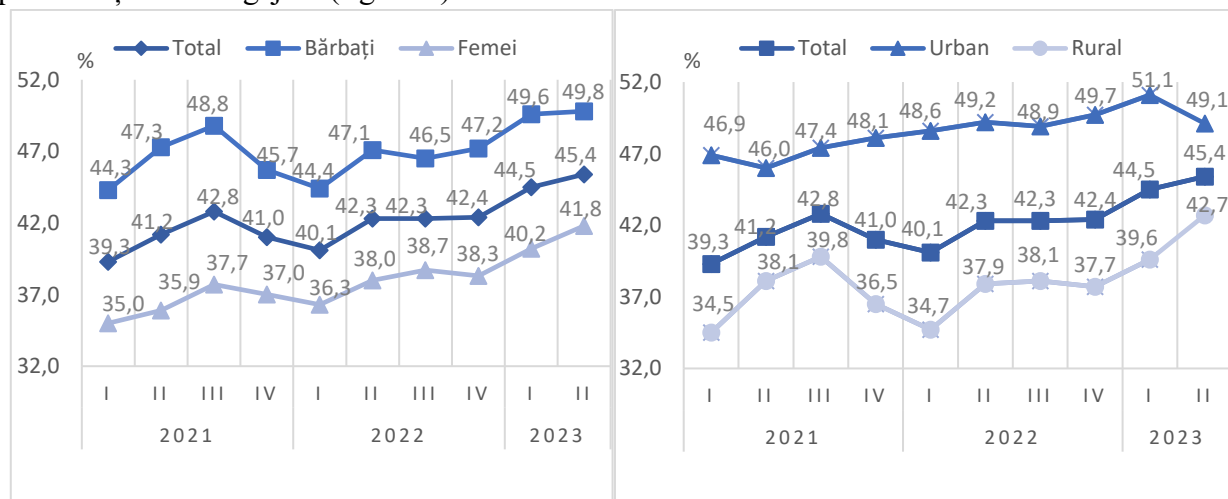


Figura 3. Evoluția ratei de participare la forța de muncă pe sexe și medii pe trimestre, anii 2021-2023[Sursa: statistica.gov.md]

Interacțiunea dintre forța de muncă și piața muncii se efectuează într-un cadru economic în care angajatorii și angajații se întâlnesc pentru a-și satisface nevoile respective. Această interacțiune are loc prin:

- *Oferta și cererea de muncă*, unde cererea de muncă reprezintă numărul de locuri de muncă disponibile într-o anumită perioadă de timp, în timp ce oferta de muncă este reprezentată de

lucrătorii disponibili pentru a le ocupa, iar interacțiunea dintre acești doi factori determină nivelul de ocupare și șomajul într-o economie.

- *Negocierea salariilor*, ce se referă la faptul că pe măsură ce angajatorii caută să recruteze lucrători și lucrătorii la rândul lor caută locuri de muncă, se desfășoară procesul de negociere a salariilor. Din acest motiv, salariile oferite de angajatori trebuie să fie atractive pentru a atrage și menține angajații, de unde reiese că această negociere determină nivelul salariilor într-o economie.
- *Calificările și educația* joacă un rol crucial în procesul de interacțiune cu piața muncii. Persoanele cu calificări ridicate și educație adecvată au șanse mult mai mari de a obține locuri de muncă bine plătite și de a fi competitive pe piața muncii.
- *Politicele guvernamentale* pot influența și ele la rândul lor interacțiunea dintre forța de muncă și piața muncii prin politici de impozitare, politici salariale minime, programe de șomaj și formare profesională, ce pot avea un impact semnificativ asupra ocupării forței de muncă și a salariilor.^[3]

Un factor determinant al salarizării ce afectează direct costurile de trai și politica compensațiilor în organizații este *inflația*. Potrivit BNM, inflația a crescut la 25.1% în trimestrul I 2023, de la 19.1% în aceeași perioadă din 2022, apoi a scăzut la 15.8% în trimestrul II 2023, comparativ cu 29.3% în 2022. Tendința de scădere s-a menținut în trimestrul III, cu o inflație de 9.7%, față de 34% în anul precedent. Aceste variabilități impun adaptabilitate în strategiile de compensare.^[4]

Inflația influențează salarizarea prin:

- *Negocieri salariale*: în perioada de inflație, angajații sunt mai predispuși să negocieze creșteri salariale pentru a-și proteja puterea lor de cumpărare;
- *Indexarea salariilor*: organizațiile pot alege indexarea salariilor în funcție de rata de inflație pentru a ajuta la protejarea angajaților de impactul negativ al inflației asupra puterii lor de cumpărare;
- *Politici de ajustare a salariilor*: organizațiile pot fi nevoite să-și ajusteze politica de salarizare pentru a rămâne competitive și pentru a-și menține angajații cheie;
- *Inovații în beneficii și compensații non-salariale*: În loc să se bazeze exclusiv pe creșteri salariale, organizațiile pot explora și oferi beneficii și compensații non-salariale, cum ar fi programele de asistență medicală, programe de formare și dezvoltare, pentru a menține angajații motivați și implicați.

Un impact semnificativ asupra salarizării îl mai are *globalizarea și tehnologia*. În ultimii ani, transformarea digitală a resurselor umane și salarizării a devenit o tendință importantă în multe companii. Avansul în tehnologie și digitalizare a făcut posibilă înlocuirea activităților laborioase cu procese automate, ceea ce a condus la optimizarea operațiunilor și la abilitatea de a oferi răspunsuri imediate la cerințele și solicitările din interiorul organizației, fie din partea angajaților, fie din exterior, din partea clienților și a întregilor parteneri de afaceri și colaboratori.

Concluzii.

Salarizarea în Republica Moldova, vitală pentru economie, este influențată de creșterea economică, investițiile străine și reformele din sectorul public. Îmbunătățiri salariale coexistă cu provocări precum corupția, migrația forței de muncă și instabilitatea politică. În ciuda acestor obstacole, scăderea inflației în octombrie 2023 la 6.34% deschide oportunități pentru revitalizarea abordărilor salariale. Într-un cadru favorabil, negocierile salariale pot deveni mai relaxate, iar organizațiile pot implementa strategii de indexare a salariilor pentru a proteja puterea de cumpărare a angajaților. Politicile de ajustare a salariilor, într-un context cu inflație mai redusă, sprijină menținerea competitivității pe piața forței de muncă și retenția angajaților cheie.

Cu toate acestea, într-un context mai amplu, evoluția salarizării în Republica Moldova este modelată de variabile precum tehnologia, politicile guvernamentale și inegalitatea salarială. Monitorizarea constantă și adaptarea politicilor salariale devin cruciale pentru gestionarea eficientă și echitabilă a compensațiilor în mediul de afaceri din țară.

Referințe bibliografice

- [1] https://statistica.gov.md/ro/statistic_domains
- [2] <https://old.statistica.md/pageview.php?l=ro&idc=351&id=2255>
- [3] https://anofm.md/files/elfinder/Navigarea%20pietei%20muncii_web.pdf
- [4] <https://www.bnm.md/ro/content/rata-inflatiei-0>

STRATEGII DE DEZVOLTARE A TURISMULUI ÎN BUCOVINA

PRELIPCEAN Elena Loredana¹, GEANĂ Alexandra-Laura²

¹Colegiul Tehnic Rădăuți, Str. Tudor Vladimirescu, Nr.4, Rădăuți, Suceava, România, Tel. +40745275692, Email : gorceal@yahoo.com

²Colegiul Tehnic Rădăuți, Str. Tudor Vladimirescu, Nr.4, Rădăuți, Suceava, România , Tel.+40749612574, Email: laurageana911@gmail.com

Abstract

In this paper, the author tries to present what are the main strategies for the development of tourism in Bucovina. He wants to present the need for a sustainable development of tourism, so that it is protected for the benefit of future generations. Tourism in Bucovina should be a concern the permanence network of tourism agencies, to develop this tourism management.

Cuvinte cheie: strategie, turism, Bucovina, dezvoltare, economie

Pământ al legendelor, Bucovina este un loc pe care se vede și acum scrisă istoria. Din acest motiv meleagurile Bucovinei reprezintă o importantă destinație turistică, bogată în resurse naturale, culturale, istorice și balneare. Se poate compara cu un vast muzeu în care a rămas înscrisă în piatră, lemn, culoare și grai o însemnată parte din zbuciumul, din visele și străduințele străbunilor noștri, și în care oamenii locurilor te întâmpină și azi cu o tradițională ospitalitate, dar și cu noblețea vredniciei și aspirațiilor lor spre frumos.

Strategia de dezvoltare durabilă a turismului în Bucovina are drept scop realizarea unei baze adecvate pentru creșterea activității turistice interne și internaționale într-un mod integrat, echilibrat și durabil, care să aducă avantaje culturale și socioeconomice județului Suceava, dar și locuitorilor acestei zone. Turismul este cel mai important sector al economiei județului Suceava și, în general, are o tendință de creștere permanentă atât la nivel local, precum și național și internațional, deși, în ultima perioadă, din cauza conflictelor militare și politice, se observă o micșorare a numărului de turiști. Industria turismului este foarte fragmentată, fiind formată din diferite firme mici și mari, iar dezvoltarea turismului în această regiune necesită coordonare, investiții, instruire și marketing, fiind de fapt o coordonare între Guvern, autoritățile administrației publice locale, firmele și comunitățile locale. Necesitatea dezvoltării economice durabile ne relevă tot mai mult importanța elaborării și aprobării unor strategii, al căror obiectiv final rezidă în faptul că potențialul turistic natural și antropic al

Bucovinei să nu fie afectat negativ de turism, ci dimpotrivă, să fie protejat spre binele generațiilor viitoare.

Strategiile de dezvoltare a turismului descoperă deficiențele existente în oferta turistică a Bucovinei și determină direcțiile strategice de înlăturare a lor, precum și organizațiile responsabile de realizare a scopurilor scontate. În acest context, principalele argumente care determină necesitatea dezvoltării turismului, rezultă din următoarele aspecte:

- resursele turistice sunt practic inepuizabile, iar turismul reprezintă unul dintre puținele sectoare ale economiei cu perspective reale de dezvoltare pe termen lung;
- exploatarea și valorificarea complexă a resurselor turistice însoțite de o promovare eficientă pe piața externă, trebuie privită ca o sursă de mărire a încasărilor valutare ale statului, contribuind astfel la echilibrarea balanței externe;
- pe plan social, turismul, se manifestă ca un mijloc activ de educare și ridicare a nivelului de instruire și civilizație a oamenilor, având un rol deosebit în utilizarea timpului liber al populației.

Câteva dintre metodele prin care turismul s-ar putea dezvolta sunt: definirea unui brand județean specific (eventual a unor branduri zonale) și derularea unei game de activități pentru susținerea acestuia; organizarea de târguri, expoziții și manifestări culturale, festivaluri, acțiuni și campanii de promovare integrată a produsului turistic local și sprijinirea participării la acest tip de evenimente pe plan intern și internațional; sprijinirea integrării în circuitul internațional a stațiunilor turistice; includerea pachetelor și circuitelor turistice județene în programele naționale de promovare și editarea de publicații promoționale și materiale audio-video (inclusiv distribuirea acestora în mass-media turistică internațională).

Complexitatea managementului în turism impune o gamă largă de strategii ce trebuie aplicate în cadrul politicii de management, dar cea mai cuprinzătoare și importantă strategie fiind strategia de piață, denumită și „nucleul politicii de management”, celelalte având un câmp relativ limitat.

O altă strategie de dezvoltare a turismului ar fi strategia diferențiată, care este utilizată de firme pentru țintirea mai multor segmente de piață cărora le oferă produse sau servicii specifice. Datorită concentrării pe un singur segment sau pe un număr limitat de segmente de piață, firma se poate specializa atât pe promovarea, cât și pe dezvoltarea managementului, aceasta aducând în final profituri mai mari, dar uneori aceste strategii implică riscuri mai mari decât celelalte, datorită segmentelor restrânse de piață cărora se adresează, iar în turism clienții pot să –și modifice mai ușor preferințele. Când s-a lansat pe piață produsul turistic, Bucovina, s-a preferat strategia concentrată, pentru că acest produs este destinat unui anumit segment de piață. Publicitatea s-ar putea face cu ajutorul: agențiilor de turism, reviste, birouri de informare turistică și spectacole.

Concluzii

În concluzie, strategiile de dezvoltare a turismului în Bucovina sunt o preocupare permanentă de perfecționare, care anticipează schimbările pieței turistice și care intervine efectiv în influențarea lor, în scopul folosirii lor pentru creșterea profitului. Aceste strategii presupun și cunoașterea permanentă a modificărilor în perspectivă ale mediului extern, depistarea oportunităților și influențarea evoluției acestuia printr-un proces continuu de inovare.

Referințe bibliografice

- [1] Codruța Bouaru, Strategii De Dezvoltare a Turismului În Bucovina-Academia
- [2] Economie-Strategii de dezvoltare a turismului în Bucovina-Administrare.Info

- [3] Forme de Turism în Bucovina-PDFCOFFEE
- [4] Turism activ în Bucovina-turismactiv.ro
- [5] Dezvoltarea turismului în Bucovina-scribd.com

FENOMENUL DIGITALIZĂRII INDUSTRIEI OSPITALITĂȚII ÎN PERIOADA PANDEMICĂ, PRIN PRISMA NORME LEGALE

BURDUJA Evelina, SĂLCUȚAN Aliona

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș, 18, Chișinău, 079762460,
a.salc.asem@gmail.com

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș, 18, Chișinău, 079762460,
eevelina.burduja@gmail.com

Abstract:

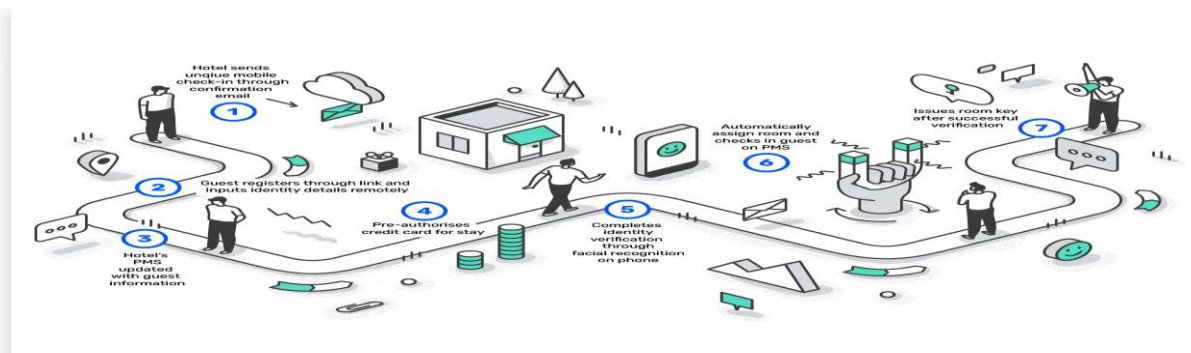
The pandemic severely impacted the hospitality industry, forcing a shift to digitalization for guest and worker safety, leading to legal challenges.

Cuvinte Cheie: Industria Ospitalității, Pandemie, Norme Legale, Digitalizare, Schimbare, Tehnologii

Pandemia COVID-19, cunoscută și sub numele de pandemia de coronavirus, este o pandemie globală desfășurată în conformitate cu virusul coronavirus 2019 (COVID-19[1]). În ceea ce privește industria ospitalității, pandemia aduce provocări fără precedent, forțând o schimbare în operațiunile acestora. Ca urmare a restricțiilor de călătorie, apare și preocuparea siguranței turiștilor și clienților, astfel, industria ospitalității se orientează spre noile căi de digitalizare. Integrarea tehnologiilor digitale în operațiunile hoteliere și în serviciile pentru oaspeți a fost esențială în asigurarea securității și a continuității, dar a ridicat și probleme juridice complexe care necesită o analiză atentă.

Serviciul de tipul “Contactless, Contractele Online și Asigurarea securității datelor cu caracter personal: În conformitatea cu evenimentele caracteristice pandemiei COVID-19, una din cele mai esențiale schimbări o reprezintă integrarea rapidă a serviciilor de tip “Contactless”. Hotelurile și unitățile cu funcțiunea de cazare și servire a mesei, astfel, introduc o serie de tehnologii digitale pentru a limita contactul dintre personal și vizitatorii unității. După cum atestă și eHotelier, prin aceste tehnologii se numără: Recepții fără contact și chei digitale (Anexa 1), concierge virtual, comandă și plăți touchless cu ajutorul QR codurilor, control mobil al camerei, noi metode de contactare a personalului, etc[2]. În timpul ce aceste schimbări revoluționare au reușit să protejeze oaspeții de pericolele pandemiei, ele au general și provocări în ceea ce privește normele legale. Confidențialitatea, dar și consimțământul se dovedesc esențiale în contextul serviciilor contactless, ce colectează și

stochează date despre oaspeții entităților. Un alt fenomen caracteristic pandemiei reprezintă apariția contractelor la distanță sau, mai bine spus, contractelor de tip online. Contractele online se referă la acorduri ce se crează și se semnează în spațiul virtual, asigurând o metodă eficientă și rapidă, după cum menționează și upcounsel[3]. Aceste contracte virtuale se întâlnesc în deosebi în majoritatea website-urilor, iar utilizatorii le semnează astfel: apăsând butonul de "Accept termenii și condițiile/Cookie-urile", folosind codificarea criptografică, prin scrierea numelui în casete destinate semnăturii, lipirii a unei versiuni scanate a semnăturii, menționează același articol[4]. În domeniul ospitalier, contractele online se folosesc în procesul de rezervare/închiriere a spațiilor cu funcțiune de cazare sau servire a mesei, instaurarea secțiunii de termeni și condiții, confirmării, etc. Astfel, hotelurile și complexe turistice se angajează să respecte strict reglementările stabilite cu privire la protecția datelor cu caracter personal. Vizând Republica Moldova, entitățile ce oferă servicii de cazare și de servire a mesei, se angajează să activeze sub LEGE Nr. 133 din 08-07-2011 privind protecția datelor cu caracter personal. Prin urmare, precum stipulează Capitolul II, "Datele cu caracter personal care fac obiectul prelucrării trebuie să fie colectate în scopuri determinate, explicite și legitime, iar ulterior să nu fie prelucrate într-un mod incompatibil cu aceste scopuri". [4]



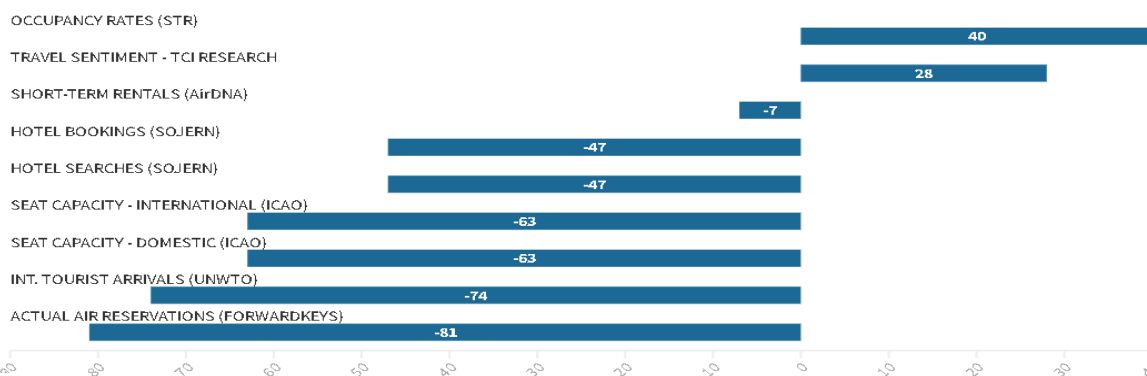
Anexa 1: Cum funcționează recepția fără contact? **Legendă:** 1. Hotelurile sau unitățile cu funcțiune de cazare și servire a mesei trimit email-ul de confirmare oaspeților. 2. Clienți se înregistrează cu ajutorul link-ului și introduc detaliile cu caracter personal necesare. 3. În sistemul de date a hotelului sunt introduse datele despre client. 4. Credit cardul este pre-autorizat pentru sejur. 5. Completarea procesului de verificare a identității prin recunoașterea facială cu ajutorul telefonului. 6. Atribuirea camerei și check-in-ul. 7. Emiterea cheii după verificarea identității. [5]

Sursă: Vouch- "Safe and Contactless Check-In in under 3 minutes"

Marketing-ul digital și recenziile online: În contextul pandemiei și totodată în conformitate cu lumea post pandemică, marketing-ul digital ajunge temelia industriei ospitalității în ceea ce privește atragerea, dar și păstrarea clientelei. În noiembrie-ianuarie 2020, înregistrându-se o scădere de 47% în numărul de rezervări, dar și în cantitatea de căutări online a hotelurilor (Anexa 2), proprietari de unități cu funcțiune de cazare și servire a mesei caută noi tehnicii pentru menținerea și momire a oaspeților. Printre aceste metode se numără crearea conturilor pe diferite rețele sociale, întocmirea de site-uri, crearea conținutului vizual, a broșurilor și prezentărilor, investirea fondurilor în reclame plătite[6]. Odată cu aceste modificări, apare și fenomenul publicității false, ce reprezintă o preocupare majoră pentru consumatori, întreprinderi și autoritățile de reglementare. Publicitatea falsă reușește să erodeze încrederea consumatorilor, să ruineze reputația entității pe piața de deschidere, precum și să cauzeze mari pierderi financiare. Consumatorii sunt, de asemenea, încurajați să fie vigilenți și să exercite gândirea critică atunci când evaluează reclamele. Hotelurile și unitățile cu funcțiune de cazare și servire a mesei, sunt obligate să țină cont de reglementările stipulate în LEGEA Nr. 105 din

CONFERINȚA ȘTIINȚIFICO-PRACTICĂ ONLINE PENTRU ELEVI ȘI CADRE DIDACTICE DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL PROFESSIONAL TEHNIC 2023

13-03-2003 privind protecția consumatorilor, în procesul realizării de publicitate. Astfel, în conformitate cu Capitolul I, articolul 6, “Orice consumator are dreptul la informații complete, corecte și precise privind produsele, serviciile achiziționate”[8].



Anexa 2: Modificările ce corespund perioadei ianuarie-noiembrie 2020, în contextul capacității de locuri (internaționale și interne), a ratelor de ocupare a hotelurilor, a sosirilor internaționale (până în octombrie), a rezervărilor și căutărilor de hotele.[7]

Sursă: UNWTO- “2022: A year in review”

Drepturile angajaților și munca digitală: Digitalizarea cauzată de pandemie se extinde și include drepturile și condițiile de muncă, precum și responsabilităților și obligațiile angajaților industriei ospitaliere. Adaptarea tehnologică vine cu responsabilitatea de a proteja drepturile de muncă în spațiul digital și este esențială mai ales pentru cei ce se ocupă de întreținerea și depanarea diferitelor sisteme digitale utilizate. Legile și reglementările muncii trebuie să evolueze pentru a aborda peisajul în schimbare al muncii din industrie. Pe parcursul activității, angajatorii trebuie să respecte reglementările din LEGE Nr. 186 din 10-07-2008 ce vizează domeniul securității și sănătății la locul de muncă. Prin urmare, Capitolul III stipulează: “Angajatorul este obligat să asigure securitatea și sănătatea lucrătorilor sub toate aspectele ce țin de activitatea desfășurată.”[9]

Concluzii.

În concluzie, digitalizarea sectorului ospitalității în timpul pandemiei a adus schimbări de importantă majoră. Cu toate acestea, aceste modificări vin cu o serie de norme juridice complexe care necesită respectate. Hotelurile și unitățile cu funcțiune de cazare și servire a mesei trebuie să se adapteze la noile reguli și reglementări pentru a proteja experiențele oaspeților și eficiența operațională, respectând în același timp principiile legale. Convergența digitalizării și a reglementărilor în sectorul ospitalității oferă instrucțiuni de parcurs pentru modul în care întreprinderile și autoritățile de reglementare pot lucra împreună pentru a modela un viitor sigur și inovator. Înțelegerea și abordarea acestor provocări de reglementare va fi esențială pentru succesul continuu al industriei în lumea post pandemică.

Referințe bibliografice:

- [1] Wikipedia, Pandemia de COVID-19
- [2] Ehotelier.com How hospitality is adapting to a contactless world - Insights, 25 Iunie 2021,
- [3] Upcounsel Online Contracts: Everything You Need to Know
- [4] Marian LUPU, LEGE Nr. 133 din 08-07-2011 privind protecția datelor cu caracter personal, Capitolul II, Articolului 4

- [5] Vouch, Contactless Check-In for Hotels
- [6] Mansi BHATNAGAR & Vivek BHATNAGAR , Hotel marketing strategies for Covid-19 business recovery, 17 Septembrie 2020
- [7] UNWTO, Covid-19 and Tourism, 2020: A year in Review, Ianuarie 202, pp. 10
- [8] Eugenia OSTAPCIUC LEGE Nr. 105 din 13-03-2003 privind protecția consumatorilor, Chișinău, Capitolul I, Articolul 6
- [9] Maria POSTOICO LEGE Nr. 186 din 10-07-2008 securității și sănătății în muncă, Chișinău, Capitolul III, Articolul 9

TELEMUNCA ȘI IMPACTUL PANDEMIC ÎN AFACERI ÎN CONFORMITATE CU NORMELE LEGALE

Cadrul didactic: SALCUȚAN Aliona, CNC al ASEM e-mail: a.sall.ase@gmail.com

Eleva: CAISÎM Daniela, CNC al ASEM e-mail: orhideie3@gmail.com

Abstract

Telework is the activity in which is used Information and Communications Technology, such as smartphones, tablets, laptops and computers, with the aim of performing lucrative activities away from the employer's premises. Telework is a new way of working by carrying out a flexible activity in time and at a distance by using information technology and advanced communications, and this, with the outbreak of the pandemic, has developed a lot and is still active today. Even if telework is not regulated by national legislation, remote work is regulated, and employees who are working remotely are called teleworkers and benefit from the same rights, facilities and obligations as employees who are working remotely. Thus, this way of working has become attractive both for the business environment and for employees, being increasingly developed and spread since the pandemic and continues to develop even today.

Cuvinte-cheie: *telemunca, Codul Muncii, munca de la distanță*

Telemunca nu este reglementată expres în legislația muncii Republicii Moldova, însă în anul 2020, autoritățile au operat mai multe modificări la Codul Muncii și au introdus capitolul IX¹, care cuprinde munca la distanță. Pandemia a adus schimbări fără precedent în economia globală și a adus transformări rapide pentru câmpul muncii, majoritatea statelor implementând diferite forme de muncă la distanță. Efectul s-a resimțit imediat de la izbucnirea pandemiei Covid-19, astfel telemunca a devenit norma pentru milioane de lucrători din întreaga lume.

Telemunca, telelucrul sau telework reprezintă o activitate unde se utilizează **Tehnologia Informației și Comunicațiilor** cu scopul de a executa activități lucrative la distanță de sediul angajatorului [1]. Tehnologiile informaționale și de comunicare s-au dezvoltat destul de rapid în ultimii ani, urmare a căreia a apărut necesitatea dezvoltării Societății Informaționale, care reprezintă un generator de oportunități noi de muncă și de schimbări referitoare la natura și modul de lucru. Astfel, telemunca a devenit un domeniu strategic teoretic și practic, datorită faptului că se dezvoltă repede, influențează pozitiv în bine viața oamenilor, reprezintă un promotor al noilor tehnologii avansate, precum și reprezintă o componentă a noii revoluții științifice și tehnologice. Telemunca este o modalitate nouă de a lucra prin realizarea unei activități flexibile în timp și la distanță prin utilizarea tehnologiei informaționale și comunicațiilor avansate, iar aceasta, odată cu declanșarea pandemiei, s-a dezvoltat foarte mult, fiind activă și în prezent.

Telemunca nu este reglementată expres în legislația muncii Republicii Moldova, însă în anul 2020, autoritățile au operat mai multe modificări la Codul Muncii și au introdus capitolul IX¹, care cuprinde munca la distanță. Prin urmare, conform art. 292 indicele 1 din Codul Muncii al Republicii Moldova, *munca la distanță reprezintă forma de organizare a muncii în domeniile de activitate, prin care salariatul își îndeplinește atribuțiile specifice ocupației, funcției sau meseriei pe care o deține în alt loc decât cel organizat de angajator, folosind inclusiv mijloace din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor.*

Astfel, din definiția legală reiese că munca la distanță presupune un concept mult mai larg decât telemunca. Caracteristica comună ale acestor două forme de prestare a muncii este că ambele se desfășoară în afara sediului angajatorului, iar caracteristica distinctă este că telemunca presupune utilizarea de către salariat a tehnologiei informațiilor și comunicațiilor pentru realizarea muncii, comparativ cu munca la distanță, în care această utilizare nu este obligatorie.

Prin urmare, conform art. 290 al Codului Muncii, *salariați cu munca la domiciliu sînt considerate persoanele care au încheiat un contract individual de muncă privind prestarea muncii la domiciliu cu folosirea materialelor, instrumentelor și mecanismelor puse la dispoziție de angajator sau procurate din mijloace proprii.*

Din cele expuse, reiese că munca la domiciliu are o reglementare proprie în Codul Muncii al RM, spre deosebire de telemunca, care nu este reglementat la nivel de legislație națională. Totuși, salariații care utilizează telemunca se bucură de aceleași drepturi și garanții ca și angajații care lucrează la birou, respectiv de contractul colectiv de muncă, de contractul individual de muncă sau de alte acte normative la nivel de instituție aplicabile salariaților al căror loc de muncă este organizat de angajator. În cazul telemuncii, în contractul individual de muncă trebuie să se regăsească reglementări cu privire la condițiile de prestare a muncii prin telemuncă, programul și procedura prin care angajatorul are dreptul să verifice munca salariatului care muncește prin telemuncă, etc.

Pandemia a adus schimbări fără precedent în economia globală și a adus transformări rapide pentru câmpul muncii, majoritatea statelor implementând diferite forme de muncă la distanță. Efectul s-a resimțit imediat de la izbucnirea pandemiei Covid-19, astfel telemunca a devenit norma pentru milioane de lucrători din întreaga lume, procentul celor care lucrează în regim de telemuncă ajungând la 40% la începutul pandemiei, și a continuat să se majoreze în timp.

Reglementarea privind munca la domiciliu din Codul Muncii al RM are caracter general, ea venind în completarea regulilor speciale privind telemunca. După cum s-a menționat mai sus, particularitatea telemuncii constă în faptul că activitatea se realizează prin utilizarea tehnologiei informației și comunicațiilor, care reprezintă echipamente precum smartphone-uri, tablete, laptopuri și computere, în timp ce munca la domiciliu nu presupune în mod obligatoriu accesul la aceste mijloace de telecomunicații. Astfel, de fiecare dată când o activitate implică folosirea acestor echipamente, dacă ea este realizată cu periodicitate, de exemplu cel puțin o zi pe lună, de la distanță, salariatul se află în prezența telemuncii, și nu a muncii de la domiciliu. Munca la domiciliu se aplică, în mod general, unor meserii care implică folosirea anumitor materiale și materii prime pentru pregătirea unor produse finite, precum ar fi diverse meșteșuguri, confecții, etc. Munca la domiciliu presupune prestarea atribuțiilor specifice unei funcții de la domiciliul salariatului, în schimb, telemunca este definită ca modalitatea de desfășurare a activității de către salariat, din alt loc de muncă decât sediul angajatorului. Salariatul care prestează munca la domiciliu își organizează singur programul de lucru, în vreme ce programul de lucru al salariatului prin telemuncă se stabilește de comun acord cu angajatorul. Modalitatea de evidențiere a orelor de muncă se stabilește prin acord comun cu salariații, în ambele

cazuri. Verificarea modului de prestare a activității de către angajat de la distanță este posibilă în ambele forme, însă trebuie reglementate contractual. În ambele situații angajatorii trebuie să precizeze expres, în scris, că salariații lucrează la domiciliu sau, după caz, în regim de telemuncă. Alegerea unei forme de lucru de la distanță nu trebuie să afecteze drepturile angajaților, aceștia urmând a fi tratați la fel ca ceilalți salariați ai angajatorului, excepții pot fi, de exemplu, masa caldă de la prânz, care pentru salariații din sediul angajatorului poate fi asigurată, în timp ce pentru salariații care activează de la distanță sau în regim de telemuncă nu pot beneficia de un astfel de facilitare.

Deși telemunca era un tip de relație de muncă ce se aplica și până la pandemia de coronavirus din anul 2020, totuși anume pandemia a determinat în foarte multe cazuri schimbarea biroului de la sediul angajatorului la domiciliul salariaților. Iar dacă la începutul anului 2020 această schimbare părea a fi una temporară, timpul arată că utilizarea telemuncii pare a fi una de durată. Mai mult, unii angajatori practic iau în considerare utilizarea cât mai mult a telemuncii, reeșind din avantajele pe care acest tip de muncă le are.

Odată cu evoluția pandemiei de Covid-19 și cu normele obligatorii de menținere a distanței sociale, majoritatea guvernelor au încurajat sau au încercat să minimalizeze prezența fizică la locul de muncă. Ca rezultat, un număr larg de afaceri au îmbrățișat ideea de a lucra la distanță, aceasta s-a întâmplat prin folosirea instrumentelor destinate conferințelor video, servicii de stocare de cloud și rețele virtuale private. Afacerile care aveau din timp pregătită o structură de lucru pentru muncă la distanță ori care repede se adaptează, au fost cele care cel mai ușor au trecut la acest tip de operare, reușind să mențină nivelele de productivitate stabile.

Este important de menționat faptul că, generic salariații care lucrează prin telemuncă poartă denumirea de telesalariați.

Telemunca prezintă o serie de beneficii importante pentru angajați și companii, precum și pentru mediul de afaceri [2]. Această abordare atipică a muncii încurajează un echilibru mai bun între viața profesională și cea personală, asigurând posibilitatea angajaților de a evita timpul și stresul legate de drumurile zilnice la birou. Totodată, telemunca extinde potențialul angajatorilor de a recruta talente din diverse locații geografice, eliminând restricțiile impuse de distanțe fizice. Prin reducerea necesității de spații de birouri fizice, companiile pot beneficia de costuri mai mici pentru chirii și facilități, contribuind astfel la eficiența financiară, suplimentar, telemunca poate reduce impactul asupra mediului prin diminuarea traficului rutier și a poluării asociate. Aceste avantaje combină aspecte legate de bunăstarea angajaților, productivitatea și sustenabilitatea, transformând telemunca într-o opțiune atractivă pentru multe persoane din piața muncii.

Concluzii: Pandemia a avut un impact major în răspândirea și implementarea atât a telemuncii cât și a muncii la distanță, fapt ce a dezvoltat un interes major pentru angajatorii, în special din mediul de afaceri, și pentru persoanele care caută locuri de muncă în regim prin telemuncă sau muncă de la distanță.

Referințe Bibliografice:

- [1] Telemunca. Enciclopedia liberă. Disponibil pe: <https://ro.wikipedia.org/wiki/Telemunca>
- [2] Telemunca – cadrul legal actualizat. Disponibil pe: <https://issuemonitoring.eu/telemunca-cadrul-legal-actualizat-august-2023/>

IMPACTUL INTELIGENȚEI ARTIFICIALE ÎN DEZVOLTAREA ENTITĂȚILOR ECONOMICE

Aliona POPA¹ Liviu OPREA²

Instituția Publică Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale, 48 Sarmisegetusa
48 str., MD-2032 , Republica Moldova, Tel. +37379803328, Email: alionapopa08@gmail.com

Instituția Publică Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale, 48 Sarmisegetusa
48 str., MD-2032 , Republica Moldova, Tel. +37369410634, Email: liviuopreaaaaa@gmail.com

Abstract

In recent years, it has become evident that technology is helping us (and at the same time forcing us) to evolve and improve various aspects of our daily lives. More than any other element, Artificial Intelligence seems to be the one behind this transformation. From virtual assistants, to image recognition and autonomous cars, the technological revolution marks every field and we must keep up with it, especially in the business area.

Cuvinte cheie: *inteligență artificială, tehnologie, automatizare, software, business, proces decizional, asistenți programatori, securitate, protecția datelor, productivitatea muncii, capital uman, perspective.*

Inteligența Artificială a câștigat foarte multă popularitate în ultimii ani, motiv pentru care numeroase companii din întreaga lume, indiferent de dimensiuni sau domeniul de activitate, încearcă să integreze această latură a tehnologiei în activitățile lor curente. Algoritmii de machine learning au devenit din ce în ce mai eficienți, deoarece specialiștii pot implementa modele mai performante, iar tehnologia mobilă face datele mai accesibile ca niciodată, "hrănind" astfel sistemele Inteligenței Artificiale. Și, deși roboții nu au luat încă locul oamenilor, Inteligența Artificială este deja prezentă în numeroase domenii, de la cel al sănătății, la cel financiar sau cele unde sunt gestionate volume foarte mari de date.

Inteligența Artificială este acea arie a informaticii care se ocupă cu învățarea unor dispozitive, astfel încât acestea să poată reda comportamente umane și să efectueze acțiuni care în mod normal necesită inteligență umană. Astfel, un computer sau o mașinărie poate rezolva anumite probleme, fără implicarea directă a unei persoane. Există mai multe funcții programabile pe care IA le poate reda, printre care cele mai comune sunt planificarea, analiza, luarea de decizii, rezolvarea de probleme sau deplasarea.

Perioada următoare vă fi dominată de AI, ceea ce va aduce schimbări în procesele esențiale de business și va reduce timpul petrecut pentru rezolvarea sarcinilor repetitive. Totuși, companiile deja folosesc sisteme AI, pentru:

Estimări în desfășurarea proiectelor: Folosindu-se de date acumulate din proiecte anterioare, IA poate ajuta la previzionarea desfășurării unui proiect nou. Informațiile analizate pot conține detalii cu privire la estimări, durata anumitor etape, profilul angajaților, funcționalități, resurse și multe altele – date aproape imposibil de cuprins într-o analiză eficientă desfășurată de o echipă de specialiști. Astfel, conturând un profil al deciziilor și consecințelor acestora, echipa de proiect va obține o estimare clară atât a costurilor, cât și a altor resurse necesare pentru proiect, evitând blocaje sau dificultăți.[6]

Proces decizional bazat pe date: Folosind instrumente de Inteligență Artificială, companiile pot lua decizii informate. De obicei, organizațiile petrec foarte mult timp alegând cei mai relevanți indicatori de performanță sau prioritizând variabilele de luat în calcul în analizele ce urmează să ajute la luarea unor decizii și stabilirea de strategii. Cu ajutorul IA, acest proces devine unul structurat și bazat pe date. Fie că vorbim de companii din retail, dezvoltare de software, marketing sau servicii financiare, managerii au acces la informații exacte, în cel mai scurt timp.

Asistenți programatori, IA: Asistenții programatori ce folosesc tehnologii bazate pe IA sunt instrumente care ajută programatorii. Cu ajutorul acestor asistenți, dezvoltatorii primesc sugestii atunci când vine vorba de citirea unui anumit document și direcții despre cele mai bune practici în folosirea limbajelor de programare.

Transport: Sectorul transporturilor este unul extrem de receptiv la tehnologii noi: de la sisteme performante de GPS, până la software pentru industria automotive și aplicații ce analizează comportamentul șoferilor. Apariția AI în acest domeniu înseamnă mai mult decât mașini autonome. Machine learning poate transforma volume mari de date în informații utile, astfel încât evaluarea vitezei sau a timpului pe care șoferii îl petrec folosind dispozitive mobile odată ce au intrat în mașină pot indica anumite semnale și chiar preveni accidente.

Anticiparea comportamentului consumatorilor: Pentru companiile care oferă produse sau servicii directe clienților, anticiparea nevoilor acestora este cheia succesului. Așadar, fie că vorbim de magazine online, servicii de telefonie sau manufactură, cel mai eficient este să știi ce așteptări au clienții, astfel încât aceștia să primească ofertele cele mai potrivite pentru ei.

Automatizarea proceselor: Una dintre cele mai evidente contribuții ale IA este automatizarea sarcinilor repetitive și rutinare. Acest lucru nu numai că economisește timp, dar elimină și riscul de eroare umană. De exemplu, în domeniul manufacturii, roboții cu IA pot asambla produse complexe într-un ritm constant, îmbunătățind astfel eficiența și calitatea.

Eficiența resurselor: IA poate ajuta la gestionarea mai eficientă a resurselor, cum ar fi personalul, materialele și timpul. În gestionarea proiectelor, algoritmi cu IA pot ajuta la planificarea și programarea mai bună a sarcinilor, evitând suprapunerile și întârzierile.

Securitate și protecția datelor: IA este folosită și pentru detectarea și prevenirea amenințărilor cibernetice. Algoritmii de IA pot identifica modelele de atacuri și pot acționa rapid pentru a proteja informațiile și a preveni breșele de securitate.

Efectele asupra forței de muncă: Implementarea IA poate ridica întrebări despre viitorul forței de muncă. Deși automatizarea poate înlocui anumite locuri de muncă, poate crea și noi oportunități în dezvoltarea, gestionarea și mentenanța sistemelor IA.

Dezvoltarea tehnologică continuă: IA este un domeniu în continuă dezvoltare, iar organizațiile trebuie să rămână la curent cu noile avansuri tehnologice. Adaptabilitatea la schimbare este cheia pentru a profita la maximum de această tehnologie.

Finanțe și Analiza Tranzacțiilor: IA este folosită pentru a analiza tranzacțiile financiare, modelele economice și riscurile asociate. Capacitatea de a procesa date în timp real este de neprețuit în luarea deciziilor financiare informate. În industria bancară, IA este utilizată pentru a detecta tranzacțiile frauduloase. Algoritmii săi pot identifica rapid modelele suspecte de cheltuieli sau retrageri neobișnuite, protejând astfel clienții și instituțiile financiare. În investiții, IA poate analiza trendurile pieței și poate face recomandări pentru portofoliile de investiții. Acest lucru ajută investitorii să ia decizii mai bine informate și să optimizeze randamentul investițiilor lor.

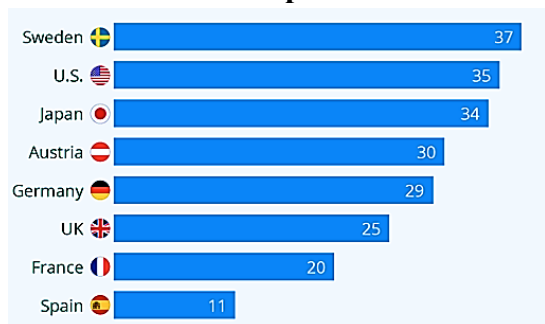
Majoritatea companiilor au făcut din știința datelor o prioritate și investesc foarte mult în acest domeniu. Un sondaj McKinsey din 2022 privind AI a constatat că organizațiile care au implementat Inteligența Artificială în cel puțin o funcție s-au dezvoltat cu 56%, față de 50% în urmă cu un an. În plus, 27% dintre respondenți au raportat că cel puțin 5% din venituri ar putea fi atribuite IA.[5]

Potrivit **Harvard Business Review**, organizațiile utilizează în principal IA pentru:

- a detecta și descuraja încălcările securității (44%)
- rezolva problemele tehnice ale utilizatorilor (41%)
- a reduce activitatea de gestionare a producției (34%)
- a evalua conformitatea internă în utilizarea furnizorilor aprobați (34%)

Inteligența Artificială este folosită deja în multe industrii, însă această tehnologie are încă mult potențial, semnificativ mai mare decât acum, așa cum arată o analiză a Accenture și Frontier Economics.

Creșterile proiectate datorate IA în economiile selectate până în anul 2035



Sursa: <https://www.forbes.ro>

Raportul estimează să productivitatea muncii în multe țări dezvoltate poate crește cu până la 40% până în 2035 datorită influenței inteligenței artificiale. În Suedia este previzionată o astfel de creștere mare a productivității, în jurul a 37%. Statele Unite (35%) și Japonia (34%) se estimează că vor beneficia de asemenea mult de efectele IA. În Germania și în Austria IA poate maximiza munca cu aproximativ 30% în următorii 15 ani, așa cum este arătat în graficul Statista alăturat.

Pe măsură ce automatizarea avansează, din ce în ce mai puțini muncitori necalificați vor fi necesari în oricare dintre industrii, iar întrebarea unde vor fi relocați aceștia rămâne încă în picioare. McKinsey arată că 15% din companiile globale din industria auto au redus personalul din fabrici între 3 și 10% în intervalul 2019-2022 ca urmare a implementării tehnologiei IA.

Inteligența Artificială, este un subiect masiv, cu o mulțime de date și informații care circulă prin el și, dacă doriți să înțelegeți și să anticipați IA, atunci statisticile de mai jos vă vor ajuta să faceți un salt în acest sens.

- Inteligența Artificială valorează 120 de miliarde de dolari ca piață globală.
- Piața IA crește cu peste 20% în fiecare an.
- IA va avea o valoare totală de 1,5 trilioane de dolari până în 2030.
- Se estimează că IA va distruge peste 85 de milioane de locuri de muncă până în 2025.

- IA va crea peste 97 de milioane de noi locuri de muncă până în 2025.
- 35% dintre companii folosesc deja instrumente IA în operațiunile lor de zi cu zi.
- 97% dintre persoanele care folosesc un dispozitiv computerizat interacționează zilnic cu IA.
- ChatGPT este o IA care generează text și a ajuns la peste 100 de milioane de utilizatori într-un timp mai scurt decât orice alt software din istorie (mai puțin de 2 luni).
- GPT 4 folosește mai mult de 1 trilion de parametri pentru a governa IA.
- Peste 50% dintre oameni nu pot recunoaște că textul scris de GPT 4 nu este uman.
- 13% dintre oameni cred că în cele din urmă își vor pierde locurile de muncă din cauza automatizării.
- IA utilizează aproximativ un consum de energie de la 85 până la 134 terawați-oră (TWh) de energie electrică în fiecare an. Este aproximativ aceeași cantitate de energie folosită anual de o țară mică.

Deși încă nu am început procesul de elaborare a unei strategii naționale în domeniul inteligenței artificiale, în Republica Moldova deja există un mediu favorabil pentru dezvoltarea și implementarea ecosistemelor inteligenței artificiale. Indexul stării de pregătire pentru inteligență artificială, produs de Oxford Insights, clasează Moldova undeva la mijloc (locul 80 din 171 de țări). Acest index se bazează pe trei piloni: (i) guvernul; (ii) datele și infrastructura și (iii) sectorul tehnologiei. În cadrul fiecărui pilon, indexul evaluează existența condițiilor favorabile pentru inteligența artificială, cum ar fi disponibilitatea datelor, a infrastructurii pentru capacități digitale sau a capitalului uman. [2]

Din păcate, nu există informații oficiale specifice despre inteligența artificială în Republica Moldova, cu toate acestea, iată câteva perspective generale despre Inteligența Artificială în Republica Moldova:

1. **Adopția IA:** În țările din Europa de Est și Centrală, inclusiv Republica Moldova, adopția IA a început să crească, pe măsură ce companiile și instituțiile guvernamentale încep să recunoască potențialul acestei tehnologii.
2. **Start-up-uri și inovație:** Este posibil ca start-up-urile și companiile de tehnologie din Republica Moldova să dezvolte soluții bazate pe IA în diferite domenii, cum ar fi sănătatea, educația sau afaceri.
3. **Educația și cercetarea:** Universitățile și instituțiile de cercetare din Republica Moldova desfășoară proiecte de cercetare legate de IA, iar existența programelor de educație în domeniul IA ar putea contribui la formarea de specialiști în acest domeniu.
4. **Guvernarea și reglementarea:** Guvernul Republicii Moldova ar putea să își stabilească reguli și reglementări pentru gestionarea datelor și a tehnologiilor IA, în scopul protejării intereselor publice și a asigurării unui mediu sigur pentru dezvoltarea tehnologiilor IA.[7]

Concluzii.

Evoluția rapidă a tehnologiei și creșterea popularității Inteligenței Artificiale ne face să ne întrebăm ce urmează în acest domeniu. Inteligența Artificială deja face parte din viața noastră și cu siguranță va juca un rol foarte important în viitor, atât din punct de vedere al vieții de zi cu zi, cât și în zona de business.

Automatizarea proceselor prin intermediul IA a adus beneficii semnificative pentru organizații din întreaga lume. De la industria manufacturii la sectorul financiar și resurse umane, această tehnologie a demonstrat că poate crește eficiența și calitatea, în timp ce elimină riscul de erori umane. Cu avansul continuu al Inteligenței Artificiale, putem aștepta noi inovații care vor transforma și mai mult modul în care organizațiile își desfășoară activitățile.

Având în vedere că sistemele Inteligenței Artificiale pot prelua cele mai dificile sarcini ale oamenilor, putem prevedea un mediu de lucru mai sigur pentru aceștia și posibilitatea ca ei să se concentreze pe activitățile cele mai importante sau creative, unde Inteligența Artificială încă nu poate interveni.

Referințele bibliografice

- [1]. PHILIP BOUCHER, Scientific Foresight Unit (STOA) PE, Artificial intelligence: How does it work, why does it matter, and what can we do about it?, 641.547 – June 2020,
[2]. ILIE CHIRTOACA: Inteligența artificială și rolul actorilor societății civile — cazul Republicii Moldova, Chișinău 2021, Centrul Internațional pentru Drept Necomercial (ICNL).
[3]. <https://www.exesoftware.ro/>
[4]. <https://www.mold-street.com/>
[5]. <https://www.europarl.europa.eu/>
[6]. https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2694/ISSC%202023_09-10%20martie_p241-246.pdf?sequence=1&isAllowed=y
[7]. https://findweb3.com/posts/ai-statistics?gclid=Cj0KCQiAgK2qBhCHARIsAGACuzmQhZKq8M6ABFcBlgQ1teS_yrgxtbkorsUoihVmdYZgu30BEmZj640aAuAQEALw_wcB

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ: MOFT SAU NECESITATE?

Natalia DELIU¹ profesor, grad didactic II; **Daniela Stepan**² PAA 2110G

¹IP „Centrul de Excelență în Economie și Finanțe”; str. Miron Costin 26/2, mun. Chișinău; +373 69062345; natadeliu@mail.ru

²IP „Centrul de Excelență în Economie și Finanțe”; str. Miron Costin 26/2, mun. Chișinău; +373 67231826; stepandaniela472@gmail.com

Abstract

This article presents a review of the literature about corporate social responsibility. Social responsibility in business is the subject of intense debate in contemporary society. The discussions revolve around its necessity or futility. Some argue that it is essential, as it brings significant benefits: reputation building, innovation, cost reduction, and employee engagement. Others view Social Responsibility as a financial burden that may diverge from a company's primary objective - profitability. However, in the face of global issues, social responsibility is becoming increasingly important, delivering benefits for both companies and society. Some controversies and discussions generated in around the concept are also discussed.

Cuvinte cheie: Responsabilitate socială, reputație, avantaj competitiv, costuri suplimentare, divergența de interese, impact asupra mediului, inovație, retenție a angajaților.

În era contemporană, unde mediul de afaceri se confruntă cu o complexitate și turbulență în creștere, adaptarea la aceste provocări devine esențială pentru prosperitatea și durabilitatea firmelor[3]. În acest context, modelele de management competitive nu mai pot fi limitate doar la obținerea de marje de profit pe termen scurt; ele trebuie să răspundă și așteptărilor echilibrate ale societății și ale diferitelor părți interesate implicate pe termen lung. Un element cheie în această paradigmă în evoluție este responsabilitatea socială a întreprinderilor, care devine tot mai preeminentă în discuțiile și dezbaterile contemporane. Într-o lume afectată de probleme globale majore, cum ar fi schimbările climatice, sărăcia și inegalitățile sociale[5], se conturează două perspective distincte asupra responsabilității sociale: unii o percep ca pe un mof, în timp ce alții o consideră o necesitate imperativă. Astfel, într-

un mediu afaceri în continuă transformare, se deschide calea pentru o analiză atentă a rolului și importanței responsabilității sociale în contextul activităților de afaceri și al societății în ansamblu. Conceptul de responsabilitate socială poate fi definit ca „ansamblul de obligații morale și personale pe care angajatorul trebuie să le respecte, având în vedere exercitarea politicilor, deciziilor sau cursurilor de acțiune din punct de vedere al obiectivelor și valorilor dorite de societate” [1].

Walton a subliniat că responsabilitatea socială apare ca un set de acțiuni pe care managerii încearcă să le implementeze pentru ca companiile să își îmbunătățească relația cu gama largă de grupuri de interese care alcătuiesc mediul lor [11]. În plus, el a adus o contribuție decisivă la înțelegerea a ceea ce este responsabilitatea socială și a modului în care aceasta poate fi activată în rândul organizațiilor. În acest sens, Walton evidențiază că ingredientul esențial al responsabilității sociale este gradul de voluntariat al afacerilor, deoarece o astfel de acțiune nu este obligatorie, iar decizia de a o desfășura presupune asumarea unui cost și risc semnificativ, care poate afecta succesul sau eșecul unei afaceri într-un mod decisiv. [11]

La nivel de Uniune Europeană a fost elaborată și publicat Cartea Verde a CSR, care este unul din principalele manuscrise pentru promovarea unui cadru comun în care să poată fi dezvoltat un comportament responsabil pentru antreprenori și manageri în cadrul UE. [2]

Cartea Verde a CSR definește responsabilitatea socială ca integrarea voluntară de către companii a preocupărilor sociale și de mediu în operațiunile lor de afaceri și în relațiile lor cu partenerii. În plus, conform fundamentelor Cărții Verzi, a fi „responsabil din punct de vedere social” nu înseamnă doar respectarea obligațiilor legale și statutare, ci și a acelor obligații sociale care reprezintă investiții constante în capitalul uman sau comunitatea în care compania participă.

Diverși cercetători vin cu propriile interpretări sau definiții ale responsabilității sociale ale companiilor. Van Marrewijk [10] înțelege CSR ca un proces personalizat în care fiecare organizație ar trebui să selecteze obiective specifice de sustenabilitate pentru a se adapta la schimbările și provocările mediului. În mod similar, McWilliams, Siegel și Wright [8] susțin că responsabilitatea socială corporativă acționează ca un facilitator pentru companiile implicate, în funcție de caracteristicile și obiectivele lor, de acțiunile sociale și de mediu, precum și de alte cerințe emergente ale societății, industriei și comunității.

Analiza multipleror definiții ale responsabilității sociale, evidențiază că toate au trei puncte în comun: (i) importanța acordată părților interesate; (ii) gradul voluntar al acțiunilor de CSR ale companiilor și (iii) referirea la aceste acțiuni reprezentând un set de obligații sociale, economice și de mediu și asocierea acestor angajamente cu dezvoltarea durabilă. [4]

Principalele tipuri de responsabilitate socială:

1 | Responsabilitatea față de mediu

Responsabilitatea socială corporativă (RSC) se extinde în afaceri, fiind determinată de conștientizarea impactului negativ al amprente de carbon asupra mediului. În ultimii ani, inițiativele globale pentru reducerea acestei amprente au crescut, iar organizațiile adoptă măsuri precum diminuarea poluării, reciclarea deșeurilor și utilizarea energiei regenerabile, asociate adesea cu compensarea impactului negativ prin plantarea de arbori.

2 | Responsabilitatea etică

Companiile orientate spre responsabilitatea etică se angajează să conducă afaceri într-un mod corect și etic, promovând egalitatea și aprecierea tuturor părților interesate, inclusiv angajați, management, furnizori și clienți. Această abordare etică poate fi consolidată prin adoptarea

produselor și materialelor conform standardelor comerțului etic, evitând practici precum sclavagismul sau munca minorilor.

3 | Filantropia

Activitățile filantropice reprezintă o formă de solidaritate și extinderea responsabilității sociale, constând în donații de bunuri, bani sau materiale către organizații non-guvernamentale (ONG-uri) în sprijinul diverselor cauze. Aceste contribuții, provenind de la companii și persoane publice, susțin un scop comun și promovează unitatea în societate.

4 | Responsabilitatea economică

Responsabilitatea economică poate fi considerată ca scopul final al tuturor activităților menționate anterior, în timp ce companiile urmăresc profitul, este esențial să ia în considerare și impactul lor asupra societății. Pentru a integra responsabilitatea economică în planul de afaceri, companiile pot adopta un model axat pe "profit, oameni, planetă," asigurându-se că acest principiu este constant prezent în discuțiile lor de afaceri. [6]

Există numeroase argumente care susțin necesitatea responsabilității sociale în domeniul afacerilor și în societate. Acestea evidențiază avantajele și importanța implicării active în problemele sociale și de mediu. Iată câteva dintre aceste argumente:

1. Impactul pozitiv asupra societății: Responsabilitatea socială implică luarea în considerare a impactului pe care îl au afacerile asupra mediului și a contribuției la dezvoltarea socială și economică a comunităților în care operează. Companiile responsabile social conștientizează nevoile societății și acționează în consecință, aducând beneficii și îmbunătățiri în comunități și în viața oamenilor.
2. Construirea unei imagini pozitive: Implicarea în activități de responsabilitate socială ajută companiile să-și construiască o imagine pozitivă în ochii comunității, clienților și angajaților. Aceasta poate aduce loialitatea și încrederea consumatorilor și poate atrage talente valoroase în organizație.
3. Avantaj competitiv: Companiile responsabile social pot obține un avantaj competitiv prin inovație și dezvoltarea de produse și servicii aliniate cu valorile și nevoile societății. O reputație pozitivă și angajamentul față de responsabilitate socială pot reprezenta un factor de diferențiere pe piață.
4. Reducerea riscurilor: Responsabilitatea socială poate ajuta la diminuarea riscurilor și costurilor asociate unor practici de afaceri nesustenabile. De exemplu, evitarea utilizării materiilor prime poluante sau a exploatării forței de muncă precare poate preveni scandaluri sau litigii care pot afecta imaginea și performanța financiară a companiei.
5. Satisfacția angajaților: Companiile care își manifestă angajamentul față de responsabilitatea socială atrag și rețin mai ușor angajați valoroși. Mulți angajați tânjesc să lucreze în organizații care au un impact pozitiv în lume și oferă oportunități de implicare în comunitate. [7]

Ce beneficii au companiile în urma activităților de responsabilitate socială?

Studiile arată că funcțiile de responsabilitate socială au un impact semnificativ asupra reputației unei companii (40%) și pot contribui la evitarea scăderii veniturilor cu 7%. Aceste cifre impresionante se datorează mai multor beneficii ale responsabilității sociale corporative, care pot transforma strategiile de afaceri în instrumente puternice pentru captarea pieței:

1. Consolidarea reputației pozitive: Responsabilitatea socială poate construi o reputație puternică, dar este crucial să fie aliniată cu valorile și planurile companiei pentru a aduce beneficii reale comunității.

2. Accelerarea inovației: Implicarea în activități de responsabilitate socială și respectarea standardelor pot duce la inovații care beneficiază atât compania, cât și clienții. Acest lucru poate conduce la o transformare sustenabilă și inovatoare a afacerii.
3. Reducerea costurilor de producție: Adoptarea practicilor durabile, cum ar fi economisirea energiei și resurselor, reciclarea materialelor și reducerea deșeurilor, poate duce la eficientizarea costurilor de producție.
4. Îmbunătățirea retenției și motivației angajaților: Implicarea în responsabilitatea socială poate atrage angajați care împărtășesc valorile de responsabilitate socială ale companiei, contribuind la creșterea retenției și motivației acestora.

Pe de altă parte, există și argumente care susțin ideea că responsabilitatea socială este doar un moft și nu o necesitate absolută în lumea afacerilor. Acestea subliniază riscurile și costurile suplimentare pe care le implică responsabilitatea socială. Iată câteva dintre aceste argumente:

1. Focusul pe profitabilitate: Un argument comun este că prioritățile principale ale unei companii ar trebui să fie obținerea de profituri și dezvoltarea afacerii. În acest sens, implicarea în probleme sociale poate fi percepută ca o piedică în atingerea acestor obiective.
2. Costuri suplimentare: Responsabilitatea socială poate implica investiții semnificative în măsuri de reducere a impactului asupra mediului sau în sprijinirea comunităților. Aceste costuri suplimentare pot afecta profitabilitatea companiilor, mai ales în contextul unei concurențe acerbă.
3. Divergența de interese: Companiile pot întâmpina dificultăți în satisfacerea tuturor așteptărilor sociale, deoarece diferite părți interesate pot avea nevoi și cerințe contradictorii. În astfel de cazuri, este dificil să se ia decizii care să mulțumească pe toată lumea.
4. Responsabilitatea guvernamentală: Unii consideră că responsabilitatea socială ar trebui să fie asumată în principal de guverne și instituții publice, în loc să fie încărcată exclusiv pe umerii companiilor. [9]

Revizuirea literaturii evidențiază importanța adoptării unui comportament social responsabil în strategia de legitimare și supraviețuire a companiilor.

Conceptul de responsabilitate socială este absorbit în concept mai larg de dezvoltare durabilă. Responsabilitatea socială este din ce în ce mai văzută nu ca un domeniu separat, ci ca parte a unei politici de atingere a obiectivelor de dezvoltare durabilă.

O analiză a pozițiilor oponentilor și susținătorilor responsabilității sociale arată că în cele din urmă ambele concepte duc la rezolvarea aceluiași probleme: creșterea profitului companiei și creșterea bunăstării publice.

În ciuda diferențelor de abordări, astăzi toată lumea recunoaște nevoia ca afacerile să participe la rezolvarea problemelor semnificative din punct de vedere social, în timp ce această convingere se poate baza atât pe motive etice, cât și pe dorința de a maximiza profiturile companiei.

Referințe bibliografice

- [1]. Bowen, H. (1953). Social responsibilities of the businessman. New York: Harper.
- [2]. Comisia Europeană, (2001). Promoting a European framework for corporate social responsibilities, COM (2001) 366 final, Brussels.
- [3]. Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., & Siegel, D. The Oxford handbook of corporate social responsibilities. Oxford: Oxford University Press. 2008, ISBN: 0199211590, DOI:10.1093/oxfordhb/9780199211593.001.0001

- [4]. Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1–13.
- [5]. De Neve, G. (2009). Power, inequality and corporate social responsibility: The politics of ethical compliance in the South Indian garment industry. *Economic and Political Weekly*, 44(22), 63–71.
- [6]. <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>
- [7]. <https://www.scribd.com/doc/167278641/Conceptul-de-responsabilitate-sociala-docx>
- [8]. McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1–18.
- [9]. Robbie Grieshaber. A handy list of social value statistics. <https://impactreporting.co.uk/social-valuetats/#:~:text=Studies%20show%20that%20CSR%20functions,its%20stand%20on%20societal%20issues>
- [10]. Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2/3), 95–105.
- [11]. Walton, C. C. (1967). *Corporate social responsibilities*. Belmont, CA: Wadsworth

IMPLEMENTAREA IDEILOR INOVATIVE ÎN CREȘTEREA MICULUI BUSINESS – OPORTUNITĂȚI ȘI RISCURI

BOȘCANEANU Nadejda, CAZACU Andrei, ERHAN Marius

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 68 323 399, Email: boscaneanu.nadejda@ase.md

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 67 512 812, Email: 2005andrei.cazacu@gmail.com

Colegiul Național de Comerț al ASEM, str. Petru Rareș 18, MD-2005 Chișinău,

Tel: +373 60 290 804, Email: erhanmarius15@gmail.com

Abstract

The economy of the Republic of Moldova heavily relies on the substantial contribution of small and medium-sized enterprises (SMEs), with a particular emphasis on fostering innovation. Access to European funds plays a crucial role in providing vital resources for SMEs, stimulating economic growth through investments in development and innovation. Diversifying products, especially in the wine industry, and developing the IT sector are considered strategic paths for economic advancement. While implementing innovative ideas in small businesses offers opportunities such as increased sales and operational efficiency, it also entails risks like significant research costs and market uncertainties. To navigate these challenges, small businesses should invest in research and development, foster an open environment for innovative ideas, and be flexible in adapting to market changes. However, barriers to innovation in the Republic of Moldova include underdeveloped infrastructure, bureaucratic challenges, and corruption. Addressing these issues requires collaborative efforts from the government and the private sector to promote transparency and ethics. Global competition further pressures businesses to innovate continuously.

Cuvinte cheie: inovație, micul business, tehnologie, investiții, soluții

În prezent, orice organizație, indiferent de specificul activității desfășurate, trebuie să fie pregătită pentru a face față schimbărilor radicale și continue care sunt create de către societatea modernă și

factorii economici. Crearea soluțiilor inovative specifice competiției sunt influențate de către stilul de management al entității. Un nivel înalt de creativitate pentru un manager poate contribui la sporirea performanței și succesul în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii cu noi abordări. Într-un mediu economic dinamic, capacitatea de a anticipa și a răspunde rapid la schimbări devine crucială pentru un manager astfel capabil să implementeze strategii inovatoare și să valorifice oportunitățile de bază din cadrul unei afaceri.

Economia Republicii Moldova se bazează în mare măsură pe contribuția semnificativă a întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri), reflectând un trend global în dezvoltarea economică. În prezent, accentul pe dezvoltarea și implementarea ideilor inovative în cadrul entităților din Republica Moldova este esențial pentru avansarea economiei țării. În acest context, micile afaceri au un rol crucial în adaptarea la cerințele secolului XXI, beneficiind de numeroase oportunități și avantaje.

Accesul la fondurile europene reprezintă un aspect important, oferind micilor afaceri din Republica Moldova o sursă vitală de resurse pentru implementarea ideilor inovatoare. Acest sprijin financiar contribuie la creșterea economică, stimulând investițiile în dezvoltare și inovație.

De asemenea, diversificarea produselor tradiționale, cu un accent deosebit pe industria vitivinicolă, reprezintă o altă cale strategică. Prin inovare, producătorii pot să răspundă cerințelor pieței prin dezvoltarea de produse viticole premium sau prin explorarea piețelor de export. Aceasta nu numai că aduce oportunități semnificative de creștere, ci și contribuie la consolidarea poziției Republicii Moldova pe harta economică internațională.

Sectorul IT din Republica Moldova reprezintă un alt domeniu cu potențial enorm pentru dezvoltarea afacerilor inovatoare. În contextul creșterii tehnologice, start-up-urile și micile afaceri din domeniul IT pot aduce contribuții semnificative la dezvoltarea țării. Dezvoltarea software și furnizarea de servicii IT sunt segmente în expansiune, oferind oportunități de piață considerabile și contribuind la dezvoltarea industriei tehnologice la nivel național.

Implementarea ideilor inovative în creșterea micului business poate fi benefică, dar vine împreună cu o serie de oportunități și riscuri. Oportunitățile includ creșterea vânzărilor prin introducerea de produse sau servicii noi, atragerea de clienți noi și fidelizarea celor existenți, câștigarea avantajului competitiv și îmbunătățirea eficienței operaționale. Pe de altă parte, riscurile pot implica costuri semnificative pentru cercetare și dezvoltare, dificultăți în implementarea noilor tehnologii sau procese, rezistența angajaților la schimbare și incertitudinea pieței. De asemenea, există riscul ca concurența să adopte și ea inovațiile, reducând astfel avantajul competitiv inițial.

Pentru a gestiona aceste riscuri și a exploata oportunitățile, micile afaceri ar trebui să investească în cercetare și dezvoltare, să creeze un mediu deschis pentru idei inovatoare, să fie flexibile în adaptarea la schimbările pieței și să ofere formare angajaților pentru a-i pregăti pentru noile tehnologii sau procese. De asemenea, este crucial să se țină cont de feedback-ul clienților și să se adapteze în consecință pentru a menține relevanța și loialitatea acestora.

Micile afaceri mai pot beneficia și de colaborarea cu alte companii, universități sau startup-uri pentru a accesa resurse și expertiză adițională în domeniul inovației. Parteneriatele stimulează schimbul de idei și creativitatea, ducând astfel la dezvoltarea unor soluții inovatoare. Însă, o inovație valoroasă nu va avea impactul dorit dacă nu este promovată corespunzător. Micile afaceri ar trebui să aloce resurse pentru a-și promova produsele sau serviciile inovatoare, să comunice beneficiile acestora și să convingă clienții potențiali de valoarea adusă de inovație.

Piețele și tehnologiile se schimbă rapid, iar micile afaceri trebuie să fie pregătite să se adapteze la aceste schimbări. Flexibilitatea în ajustarea strategiilor și a produselor în funcție de evoluțiile pieței

este esențială pentru a supraviețui și a prospera într-un mediu concurențial. Iar, antreprenorii și angajații trebuie să fie în permanență la curent cu noile tehnologii și practici de afaceri. Investiția în formare și dezvoltare personală poate stimula creativitatea și inovația în rândul echipei, contribuind la generarea de idei proaspete și la implementarea lor în practică. Totodată, ascultarea și receptarea feedback-ului clienților sunt vitale în procesul de inovare. Companiile ar trebui să fie deschise la sugestiile și nevoile clienților lor, folosind aceste informații pentru a îmbunătăți produsele sau serviciile existente și pentru a dezvolta soluții inovatoare care să răspundă cu adevărat cerințelor pieței. Infrastructura subdezvoltată reprezintă una dintre provocările majore cu care se confruntă Republica Moldova în calea inovării. Accesul limitat la tehnologii avansate și la resursele necesare poate împiedica dezvoltarea și implementarea eficientă a ideilor inovatoare în cadrul afacerilor. Construcția și modernizarea infrastructurii, inclusiv a rețelelor de comunicații și a facilităților de cercetare, ar putea juca un rol esențial în eliminarea acestor bariere și în crearea unui mediu propice inovației.

Alte piedici semnificative în calea inovării în mediul de afaceri din Republica Moldova sunt birocrația și corupția. Procesele birocratice îndelungate și corupția pot genera costuri suplimentare și pot împiedica fluxul eficient de idei inovatoare. Abordarea acestor probleme necesită eforturi comune din partea guvernului, precum și a sectorului privat, pentru a promova transparența, responsabilitatea și o cultură a eticii în afaceri. Competiția globală reprezintă o altă presiune asupra mediului de afaceri din Republica Moldova. Pentru a-și menține poziția pe piața internațională, companiile trebuie să inoveze continuu și să se adapteze la noile cerințe ale pieței globale. Investițiile în cercetare și dezvoltare, precum și în educație și formare, pot ajuta companiile să rămână competitive și să se distingă în contextul unei concurențe globale.

În ciuda acestor provocări, abordarea lor cu înțelepciune și cu o strategie coerentă poate aduce schimbări semnificative în peisajul inovației din Republica Moldova. Eforturile pentru îmbunătățirea infrastructurii, reducerea birocrației și corupției, precum și adaptarea la competiția globală pot contribui la crearea unui mediu propice inovării și dezvoltării economice durabile în țară. Este crucială implicarea tuturor ramurilor relevante - guvern, sector privat și societate civilă - pentru a depăși aceste obstacole și a promova o cultură a inovației în Republica Moldova.

Un exemplu de inovație în sectorul IT ar fi compania **DAS Solutions**, aceasta este o companie de dezvoltare software care proiectează, construiește și dezvoltă produse, platforme și instrumente software extrem de funcționale care ajută companiile să aibă succes în era digitală. Prin echipa lor pasionată și pricepută, asigurând realizarea sarcinilor existente, reușesc să anticipeze și să depășească provocările și cerințele viitoare ale companiilor internaționale. DAS Solutions este specializată în principal în dezvoltarea de software în următoarele industrii: Finanțe și Bănci, Asigurări, Telecom și E-health. Prin idei inovatoare și software găsesc soluții pentru a reduce costurile, a minimiza erorile umane și, în cele din urmă, a maximiza profitul. Cu sediul în Chișinău, Republica Moldova – DAS Solutions se conectează cu oameni și afaceri din întreaga lume.

Un alt exemplu este compania **Simpals**, care la moment este platforma unde apar cele mai recente știri, unde a fost difuzat Chișinău International Marathon, agende electronice pentru elevi, achiziții publice transparente. Simpals prezintă produse inovatoare, recorduri mondiale și start-up-uri cunoscute în întreaga lume.

O altă companie inovatoare în sfera IT este **Punct Technology**. Din punct de vedere inovativ, compania a dezvoltat soluții software pentru afaceri internaționale. Prin inovare și dezvoltare tehnologică, Punct Technology a devenit un exemplu de succes în industria IT din Republica Moldova. Abordări strategice pentru gestionarea inovării în micul business din Republica Moldova:

- **Colaborarea cu universitățile:** Micile afaceri pot colabora cu instituții de învățământ superior pentru a accesa cercetare și dezvoltare și pentru a angaja tineri cu abilități tehnice. Tinerii specialiști, în majoritatea cazurilor sunt cei ce vor aduce inovația în echipa și activitatea entității. Anume tinerii specialiști sunt în stare de a risca, sunt motivați și pot juca un rol semnificativ în direcția dezvoltării entității, dacă aceasta alege o cale inovativă. Unul din proiecte ar fi Verde play ce a adăugat o nouă disciplină în liceele din Republica Moldova sub numele de „Inovații și Sustenabilitate” din Chișinău, la care au aderat liceele „Spiru Haret” „Iulia Hașdeu” „Vasilie Vasilache”.
- **Accesarea programelor de finanțare europeană:** Micile afaceri pot căuta oportunități de finanțare europeană pentru proiecte de inovare și dezvoltare, cum ar fi proiectul Băncii Europene pentru Reconstrucție și Dezvoltare. BERD are în Moldova peste 169 de proiecte finanțate la un nivel total de peste 2.188 milioane EURO.
- **Formare și dezvoltare a resurselor umane:** Investiția în formarea și dezvoltarea angajaților pentru a rămâne competenți și informați cu cele mai recente tehnologii și practici de inovare este esențială. Formarea și atragerea specialiștilor în domeniul activității entității, și anume factorul uman a fost și rămâne o parte majoră a succesului entităților, mai ales a celor cu inițiative de risc și spirit inovativ.

Concluzii.

În concluzie, economia Republicii Moldova se află într-un punct crucial al dezvoltării sale, întreprinderile mici și mijlocii ocupând un rol vital în această evoluție. În prezent, inovarea este cheia pentru avansarea economică și menținerea competitivității țării în contextul secolului XXI. Micile afaceri beneficiază de multiple oportunități, iar accesul la fonduri europene, diversificarea produselor tradiționale și investiția în tehnologie sunt doar câteva dintre strategiile disponibile pentru a stimula creșterea economică, oferindu-le resurse necesare pentru implementarea ideilor inovatoare. Acest aspect contribuie semnificativ la dezvoltarea economică, consolidând baza financiară a afacerilor și facilitând investițiile în proiecte de cercetare și dezvoltare, astfel sectorul IT, în plină expansiune în Republica Moldova, aduce cu sine oportunități imense pentru start-up-uri și mici afaceri. Dezvoltarea software și furnizarea de servicii IT contribuie la avântul tehnologic al țării și la creșterea industriei tehnologice. Implementarea ideilor inovatoare nu este fără provocări, astfel riscurile asociate, cum ar fi costurile semnificative pentru cercetare și dezvoltare, rezistența la schimbare și concurența acerbă, necesită abordări strategice și investiții în dezvoltarea resurselor umane, prin aplicarea unor astfel de abordări și investiții în inovație, Republica Moldova poate să-și consolideze poziția în economia globală și să asigure un viitor prosper pentru micile afaceri și întreprinderile inovatoare.

Referințe bibliografice:

- [1] United Nations Development Programme. (2021). "Innovation in Moldova." *link*
- [2] Punct Technology *link*
- [3] European Bank for Reconstruction and Development. (2020). "Small and Medium-Sized Enterprises in Moldova: Challenges and Opportunities." *link*
- [4] World Bank. (2019). "Republic of Moldova: Enhancing Economic Competitiveness Through Innovation." *link*

ANALIZA PERFORMANȚELOR RESURSELOR UMANE ÎN CADRUL ENTITĂȚII MUNICIPALE GOSPODĂRIA COMUNAL LOCATIVĂ CAHUL

Tatiana ZBÎRCIOG¹, grad didactic superior, **Patricia CIOBANU²** gr. C 2041

¹Instituția Publică Colegiul „Iulia Hasdeu” din Cahul, str. Dunării 36, MD-3909, Republica Moldova,
Tel: 068257570, Email: tatiana.zbirciog@profesor.cihcahul.md

²Instituția Publică Colegiul „Iulia Hasdeu” din Cahul, str. Dunării 36, MD-3909, Republica Moldova,
Tel: 069798754, Email: ciobanu.patricia@elev.cihcahul.md

Abstract

This article contains information on the analysis of human resources performance within the municipal entity „Gospodăria Comunal Locativă Cahul”. Labor productivity within an organization is an essential component of its success. The main factors include employee motivation, work environment, technology and time management processes. By stimulating with clear and equitable goals, increasing involvement and professional development, organizations can increase productivity. This analysis allows the entity to discover the efficiency and usefulness of employees in the dynamics by determining the deviations as well as the causes that generate the given fact and that influence the volume of manufactured production. Among the aspects that mark the given analysis, the productivity of an employee and a worker is highlighted, as well as the influence of the factors that contributed to their modification.

Cuvinte cheie: resurse umane, performanță, eficiență, eficacitate, productivitate, salariați, muncitori;

De-a lungul timpului resursele umane reprezintă veriga importantă a oricărei organizații care reprezintă cea mai valoroasă resursă a unei companii, capabilă să influențeze în mod semnificativ performanța și succesul acesteia. Rolul principal al resurselor umane este de a gestiona, dezvolta și valorifica potențialul uman din cadrul organizației pentru atingerea obiectivelor și a misiunii propuse. Cuvântul *performanță* este de origine latină, dar semnificația acestuia provine din limba engleză. În latină cuvântul „*performare*” constă în faptul de a finaliza o activitate propusă. „*performance*” se echivalează ca maniera cu care o organizație atinge obiectivele care i-au fost propuse [2]. În Dicționarul Explicativ al Limbii Române *performanța* este definită ca fiind o realizare deosebită într-

un domeniu de activitate [1]. O abordare mai precisă, la nivel microeconomic, *caracterizează performanța ca fiind o stare de competitivitate a entității economice, atinsă printr-un nivel de productivitate și eficacitate care-i asigură o prezență durabilă pe piață* [5, p. 256]. La nivelul unei companii performanța include abilitatea de a avea accesul la resursele disponibile, precum alocarea și utilizarea acestora în scopul unei remunerări suficiente pentru a acoperi riscul asumat și a justifica interesul, pe traiectoria unei dezvoltări viitoare durabile.

Gestionarea resurselor umane trebuie să asigure realizarea integrală și la termen a obiectivului de activitate, obținerea unor produse și servicii de calitate superioară, competitive pe piață, valorificarea superioară a potențialului resurselor umane [4, p. 147].

Gradul de asigurare cu resurse umane, materiale și financiare, precum și eficiența cu care sunt folosite acestea, își pun amprenta asupra performanțelor economico-financiare ale întreprinderii, forței și capacității acesteia de a răspunde cerințelor tot mai diversificate și complexe ale pieței. Analiza asigurării cu resurse umane din punct de vedere cantitativ, calitativ, pe structură, precum și utilizarea timpului de muncă, definesc dimensiunea potențialului economic al întreprinderii și contribuie, prin utilizarea eficientă, la creșterea capacității concurențiale și a viabilității acesteia [6, p. 216]. Resursa umană aflată la dispoziția unei firme poate fi caracterizată cu ajutorul următorilor indicatori: *numărul de salariați, numărul de personal, numărul mediu de salariați, numărul mediu de personal și numărul maxim admisibil de personal*.

Resursele umane reprezintă componenta esențială a oricărei organizații, inclusiv a Întreprinderii Municipale „Gospodăria Comunală Locativă Cahul” (Î.M. „GCL Cahul”). Analiza performanțelor resurselor umane în cadrul acestei entități este de o importanță crucială pentru asigurarea unei funcționări eficiente și a atingerii obiectivelor propuse. Întreprinderea Municipală „Gospodăria Comunală Locativă Cahul” prestează servicii precum evacuarea deșeurilor, a lichidelor din fântâni de acumulare, utilizarea deșeurilor menajere, dar și servicii comunale pentru deservirea sistemelor de alimentare cu apă, de canalizare, evacuarea apelor reziduale, pluviale din subsolurile blocurilor locative, lucrări de reparații curente și capitale a acoperișurilor, a ascensoarelor blocurilor locative, a mecanismelor, reparații cosmetice a scărilor blocurilor locative precum și lucrări de salubritate [3]. Pentru a evalua performanța resurselor umane în cadrul entității Î.M. „Gospodăria Comunală Locativă Cahul” este necesar în primul plan să se țină cont de eficiența și eficacitatea acestora. Prin *eficiență* ne referim la gestionarea și utilizarea resurselor limitate într-un mod optim, în timp ce *eficacitatea* se referă la atingerea obiectivelor și a rezultatelor propuse. Analiza performanțelor resurselor umane trebuie să includă atât evaluarea calitativă, cât și evaluarea cantitativă. *Evaluarea calitativă* se referă atât la competențe, abilități, experiență dar și modul în care personalul se implică în atingerea obiectivelor organizației. *Evaluarea cantitativă* se referă la modul de asigurare a unității cu resurse umane pentru care este destinat indicatorul generalizator „numărul mediu scriptic de salariați”.

Orice entitate economică aspiră să fie continuu informată despre situația sa internă, căutând permanent modalități de îmbunătățire a performanțelor financiare și de identificare a potențialelor rezerve pentru creșterea indicatorilor pe viitor. Pentru aceasta, este esențială o analiză meticuloasă a indicatorilor de eficiență, cum ar fi productivitatea medie a salariaților și muncitorilor. În prima etapă a analizei, se evaluează influența factorilor care contribuie la *modificarea productivității medii a unui*

salariat, inclusiv modificarea proporției muncitorilor în totalul salariaților din activitatea principală (ΔP_m) și modificarea productivității medii a unui muncitor (ΔW_m). (Schema 1).

Schema 1: Influența factorilor generali asupra modificării productivității medii a unui salariat la Î.M. „GCL Cahul” pentru perioada 2021-2022

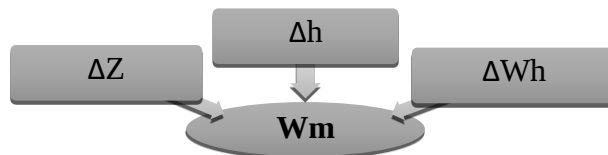
[elaborat de autor în baza rapoartelor statistice anuale M3 „Cîștigurile salariale și costul forței de muncă” pentru perioada 2021-2022, Situațiile financiare pentru anii 2021-2022]

Productivitatea medie anuală a unui salariat reflectă cantitatea totală de producție produsă de un



salariat într-un an. Conform datelor prezentate în schema 1, putem constata că productivitatea medie anuală a unui salariat la Î.M. „GCL Cahul” s-a majorat în anul 2022 față de anul 2021 respectiv cu 44927,92 lei, sub influența pozitivă a ambilor factori. Astfel, analiza influenței factorilor generali, ne permite să constatăm că entitatea nu dispune de rezerve de majorare a indicatorului rezultativ pe viitor. Datele atestă că creșterea nominalizată a avut loc preponderent din contul creșterii productivității muncii, deci pe cale intensivă, rezultat care caracterizează pozitiv activitatea entității.

Etapă a doua implică o analiză mai detaliată a factorului calitativ și anume a *productivității medii a unui muncitor* (ΔW_m), inclusiv modificarea numărului mediu de zile lucrate de un muncitor pe an (ΔZ), modificarea duratei medii a zilei de muncă (Δh) și modificarea productivității medii a unui muncitor pe oră (ΔW_h), cu scopul de a obține o evaluare mai obiectivă a rezultatelor (Schema 2). Scopul acestei analize constă în identificarea rezervelor de creștere a productivității muncii și în determinarea cauzelor care influențează productivitatea medie a unui muncitor.



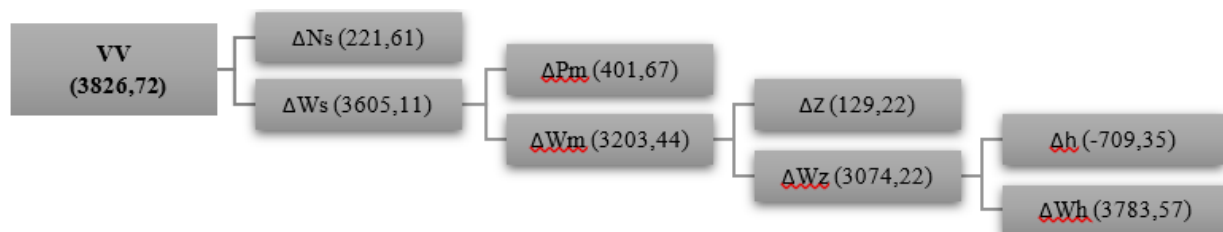
Schema 2: Influența factorilor detaliați asupra modificării productivității medii a unui muncitor la Î.M. „GCL Cahul” pentru perioada 2021-2022

[elaborat de autor în baza rapoartelor statistice anuale M3 „Cîștigurile salariale și costul forței de muncă”, Situațiile financiare pentru perioada 2021-2022]

Productivitatea medie anuală a unui muncitor reflectă cantitatea totală de producție produsă de un muncitor într-un an. Conform datelor reflectate în schema 2, putem constata că productivitatea unui muncitor la Î.M. „GCL Cahul” în anul 2022 s-a majorat cu 37687,55 lei față de anul 2021 sub influența pozitivă a factorilor 1(ΔZ) modificarea numărului mediu de zile lucrate de un muncitor pe an și 3(ΔW_h) modificarea productivității medii a unui muncitor. Totodată, sub influența negativă a factorului 2(Δh), productivitatea medie anuală a unui muncitor s-a redus cu 8345,26 lei. Rezultatele obținute ne dau posibilitatea să menționăm că entitatea dispune de rezerve interne de majorare a indicatorului rezultativ pe viitor suplimentar cu 8345,26 lei dacă își va menține productivitatea medie pe oră a unui muncitor la nivelul anului 2021.

Rezultatele finale ale activității economice sunt caracterizate de indicatorii de volum. În acest sens este necesar să se identifice impactul utilizării eficiente a resurselor umane asupra modificării acestora. Pentru asigurarea și utilizarea resurselor umane la devierea venitului din vânzări se utilizează două etape de calcul. Prima etapă prevede *aprecierea factorilor generali de muncă la devierea venitului din vânzări* prin determinarea influenței modificării numărului mediu scriptic de salariați (ΔN_s) și

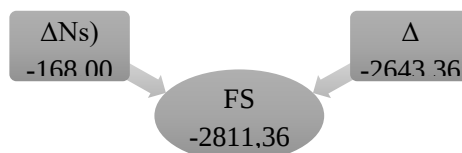
modificarea productivității medii anuale a unui salariat (ΔW_s). Cea de a doua etapă presupune aprecierea factorilor detaliați de munca care influențează modificarea venitului din vânzări precum modificarea numărului mediu scriptic de salariați (ΔN_s), modificarea ponderii muncitorilor în numărul total al salariaților din activitatea de bază (ΔP_m), modificarea numărului mediu de zile lucrate de un muncitor pe an (ΔZ) modificarea duratei medii a zilei de lucru a unui muncitor (Δh) și modificarea productivității medii pe oră a unui muncitor (ΔW_h). Scopul analizei presupune determina influența factorilor de muncă care generează modificarea veniturilor din vânzări precum și determinarea rezervelor disponibile pe viitor. (Schema3)



Schema 3: Influența factor de muncă la devierea venitului din vânzări la Î.M. „GCL Cahul” pentru perioada 2021-2022

[elaborat de autor în baza rapoartelor statistice anuale M3 „Cîștigurile salariale și costul forței de muncă” pentru perioada 2021-2022, Situațiile financiare pentru anii 2021-2022]

Rezultatele analizei reflectate în schema 3 denotă că veniturile din vânzări s-a majorat față de anul precedent cu 3826,72 mii lei, sub influența pozitivă a factorilor: modificarea numărului mediu scriptic de salariați (ΔN_s), modificarea ponderii muncitorilor în numărul total al salariaților din activitatea de bază (ΔP_m), modificarea numărului mediu de zile lucrate de un muncitor pe an (ΔZ) și modificarea productivității medii a unui muncitor pe oră (ΔW_h). Totodată, sub influența negativă a reducerii duratei medii a zilei de muncă (Δh) veniturile din vânzări s-au diminuat cu 709,35 mii lei. Astfel, dacă Î.M. „GCL Cahul” își va menține la nivelul anului precedent durata medii a zilei de lucru a unui muncitor, atunci ea își va putea majora suplimentar veniturile din vânzări pe viitor cu 709,35 mii lei. Respectarea corelației dintre productivitatea muncii și creșterea salariilor este esențială pentru o gestionare eficientă și sustenabilă a resurselor umane, având un impact semnificativ asupra performanței organizaționale și a competitivității pe piață. Modificarea fondului de salarizare (FS) al entității este determinat de influența modificării numărului mediu scriptic de salariați (ΔN_s) și modificarea salariului mediu anual al unui salariat (ΔS). Analiza fondului de salarizare pentru Î.M. „GCL Cahul” este reflectată în Schema 4.



Schema 4: Analiza fondului de salarizare la Î.M. „GCL Cahul” pentru perioada 2021-2022

[elaborat de autor în baza rapoartelor statistice anuale M3 „Cîștigurile salariale și costul forței de muncă” pentru perioada 2021-2022]

Datele reflectate în Schema 4 atestă că fondul de salarizare la Î.M. „GCL Cahul” din anul 2022 în raport cu anul 2021 s-a diminuat cu 2811,36 mii lei, sub influența negativă a ambilor factori. Pentru o caracteristică a acestei situații, este prioritar de realizat o comparație dintre Indicele de modificare a productivității muncii în raport cu Indicele de modificare a fondului de salarizare. Astfel,

la Î.M. „GCL Cahul” această relație poate fi reflectată astfel: $I_{WS} (130.23) > I_{FS} (66.48\%)$, fapt care atestă că Î.M. „GCL Cahul” menține un echilibru între costuri și performanță.

Concluzii: Analizând datele privind performanța resurselor umane în cadrul Î.M. „Gospodăria Comunal Locativă Cahul”, se constată că gestionarea eficientă a personalului, recrutarea și dezvoltarea angajaților, precum și utilizarea optimă a timpului de muncă, influențează semnificativ productivitatea și performanța întreprinderii. Îmbunătățirea productivității medii a unui muncitor pe oră și o gestionare eficientă a fondului de salarizare reprezintă priorități pentru creșterea veniturilor din vânzări și menținerea unui echilibru între costuri și performanță. În concluzie, Î.M. „GCL Cahul” dispune de rezerve interne pentru optimizarea eficienței resurselor umane, iar monitorizarea constantă a acestor indicatori va contribui la atingerea obiectivelor organizaționale pe termen lung.

Referințe bibliografice:

- [1] Definiția performanței disponibilă la: <https://dexonline.ro/definitie/performance>
- [2] Evoluția cuvântului performanță disponibilă la: <https://ro.scribd.com/doc/55481310/Performanta-intreprinderii>
- [3] Întreprinderea Municipală „Gospodăria Comunal Locativă Cahul” publicat pe portalul: <https://imgcl-cahul.md/despre-noi>
- [4] Moroșan I. „Analiza economico-financiară” București 2006 (p. 147)
- [5] Niculescu M. Lavalette G. „Strategii de creștere” Editura Economică, București 1999 (p. 256)
- [6] Țole Marin „Analiza economico-financiară a firmei” București 2000 (p. 214)

ROLUL DIGITALIZĂRII SECTORULUI HORECA ÎN PERIOADA PANDEMICĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Tatiana COLESNICOVA¹ dr., conf. cercet., **Victoria COADĂ**² gr. 1FB-2133

¹Centrul de Excelență în Administrarea Afacerilor, bd. I. Gagarin 8, Chisinau, MD-2001, Republica Moldova, Tel: 022501104, Email: tcolesnicova@gmail.com

²Centrul de Excelență în Administrarea Afacerilor, bd. I. Gagarin 8, Chisinau, MD-2001, Republica Moldova, Tel: 060866766 Email: victoria.chircan@gmail.com

Abstract.

This article analyses the role of digitalization of the HoReCa sector in the pandemic period in the Republic of Moldova. One of the first industries to be severely affected by Covid-19 was the hotel industry. As long as the country's borders remained closed to entry and exit, and all residents of the country were subject to a strict regime of self-isolation, all these structures were closed for use. The Covid-19 pandemic has accelerated online penetration in HoReCa companies. Many companies have made significant use of E-commerce and a new format of companies without physical locations to serve customers has emerged - Dark Kitchen. The digitalization of a number of processes in the hotel sector is already showing results: technology for room reservations, for delivery, online services to order services from the hotel room - just a small part of how information technology is helping the HoReCa sector.

The following methods were used in this research: economic analysis, observation, comparison, measurement, etc.

Key-words: digitalization, HoReCa companies, pandemic period, Covid-19, Republic of Moldova

HoReCa este un segment de afaceri orientat spre furnizarea de servicii în domeniul ospitalității. Termenul HoReCa este format din 3 cuvinte englezești: Hotel, Restaurant, Cafe. Hotel include hoteluri de toate nivelurile - de la motelurile de la marginea drumului până la hotelurile de lux de 5 stele. Restaurantele se deosebesc de alte unități de alimentație publică prin clasa înaltă a serviciilor, meniu variat cu bucate preponderent complexe. Cafe include: cafenele, cantine, baruri, patiserii, crâșmele și toate celelalte unități de catering. De asemenea, include zonele de alimentație din cinematografe, în cazinouri, săli de bowling, discoteci. Cafenele se caracterizează printr-un format de servire mai modest, în comparație cu restaurantele. Spațiile au o suprafață mai mică, iar meniul include mâncăruri mai simple, fără specialități.

Segmentul HoReCa este considerat unul dintre cele mai riscante în afaceri. Pentru ca o cafenea sau un restaurant să aducă profituri bune, trebuie să se țină cont de absolut toate aspectele: accesibilitatea transportului, o locație convenabilă, curățenia localului, un meniu gustos, servicii politicoase și un preț atractiv.

Analiza sectorului **HoReCa** în Republica Moldova. Conform datelor BNS RM [1] în Republica Moldova în anul 2022 au fost înregistrate 289 structuri de primire turistică colective, din care hoteluri și moteluri – 115 unități, pensiuni turistice și agroturistice – 47 unități, cămine pentru vizitatori – 6, structuri de întremare – 7, sate de vacanță – 61, tabere de vacanță – 53 (Tabel 1).

Tabel 1. Capacitatea existentă a structurilor de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare, 2018-2022, unitati

	2018	2019	2020	2021	2022
Total	269	267	272	280	289
Hoteluri si moteluri	107	110	112	115	115
Pensiuni turistice si agroturistice	33	36	38	43	47
Camine pentru vizitatori	3	3	3	5	6
Structuri de intremare	8	7	7	7	7
Sate de vacanta si alte structuri de odihna	59	58	59	60	61
Tabere de vacanta	59	53	53	50	53

Sursa: BNS RM [1]

Analiza sectorului HoReCa în perioada pandemică COVID-19. Una dintre primele industrii care a fost grav afectată de COVID-19 a fost industria hotelieră. Atâta timp cât granițele țării au rămas închise la intrare și ieșire, iar toți rezidenții țării au fost supuși unui regim strict de autoizolare, toate aceste structuri au fost închise pentru utilizare.

Conform datelor BNS RM [1] în Republica Moldova în perioada pandemiei 2019-2021 numărul de turiști cazati în structurile de primire turistică colective cu funcțiune de cazare au scăzut de la 374765 persoane până la 178196 persoane, adică micșorarea cu 196569 persoane sau de 2,1 ori.

Tabel 2. Turiști cazati în structurile de primire turistică colective cu funcțiune de cazare, 2018-2022, personae

	Total după structuri	Hoteluri si moteluri	Pensiuni turistice si agroturistice	Camine pentru vizitatori	Structuri de intremar e	Sate de vacanta si alte structuri de odihna	Tabere de vacanta
2018	364608	203188	17709	5983	32449	54310	50969
2019	374765	213808	17168	4947	32156	55853	50833
2020	90338	50581	14576	2480	10963	11519	219
2021	178196	99970	21411	2573	21636	29831	2775
2022	333925	175588	37318	7939	25842	62018	25220

Sursa: BNS RM [1]

În timpul pandemiei, situația din sectorul HoReCa s-a deteriorat foarte mult în întreaga lume și în țara noastră. Potrivit datelor oficiale ale BNS RM, în timpul pandemiei în Moldova cafenelele, restaurantele și hotelurile au fost nevoite să concedieze aproape jumătate din personal, și anume 45%. Din cauza restricțiilor de carantină, veniturile sectorului de alimentație publică au scăzut drastic cu 40%. În multe țări, precum și în țara noastră, unitățile de alimentație (restaurante și cafenele) au trebuit să fie interzise pe durata pandemiei.

Pentru a sprijini acest sector, Parlamentul Republicii Moldova a înaintat o inițiativă legislativă de susținere a acestui sector. Ca urmare, în aprilie 2021, a fost adoptată o lege care prevede reducerea TVA pentru sectorul HoReCa de la 12% la 6%.

Digitalizarea sectorului HoReCa. Digitalizarea a cuprins în prezent întreaga lume și a pătruns în toate tipurile de afaceri, în special în sectorul HoReCa. În perioada pandemică, digitalizarea s-a intensificat foarte rapid mai ales în întreaga lume și în țara noastră. În prezent, pentru a obține performanțe ridicate și pentru a crește profitabilitatea, întreprinderile trebuie să își îmbunătățească în permanență procesele interne în contextul dezvoltării rapide a tehnologiilor digitale.

Digitalizarea în restaurante și cafenele poate fi clasificată în 4 grupe:

- Oaspeți. Aceasta include servicii pentru colectarea de informații și construirea de relații cu oaspeții;
- Finanțe. Aceasta include servicii pentru automatizarea vânzărilor, a inventarului, a gestionării și a contabilității;
- Furnizori. Servicii pentru automatizarea fluxului de documente.
- Angajați. Servicii pentru standardizarea și optimizarea muncii angajaților.

La moment, în literatura de specialitate [2], există patru niveluri de transformare digitală a afacerii restaurantelor:

- automatizarea automată a restaurantelor (nivelul cel mai scăzut) - procesul de introducere a programelor software și a echipamentelor hardware de automatizare în procesele de vânzare și de producție ale unităților de alimentație publică;
- digitalizare (transformare digitală internă) - acoperă doar componenta informațională internă a afacerii (contabilitate, gestionarea documentelor, vânzări și alte activități de vânzare și marketing) și alte procese de prelucrare a datelor). De fapt, este vorba despre introducerea de sisteme informatice ale întreprinderii sub forma ERP și altele. Acest nivel de transmutare este numit și nivel inovator, atunci când o organizație își îmbunătățește modelul operațional cu ajutorul tehnologiilor TIC;
- transformarea digitală parțială. În acest caz, tehnologia digitală se extinde dincolo de organizație, la furnizorii, clienții și partenerii săi;

- transformarea digitală a activității de vânzare cu amănuntul (o afacere complet digitală) -propune crearea unui model de afaceri digital bazat pe o platformă digitală unică.

Digitalizarea în industria hotelieră:

- camere inteligente (inteligență artificială, care reglează iluminatul și temperatura, precum și pornirea emisiunilor TV preferate ale clienților și servirea băuturilor. Utilizarea majordomilor robotizați a fost, de asemenea, recunoscută ca fiind un succes în Japonia. Inteligența artificială poate recunoaște câteva zeci de limbi.
- utilizarea tehnologiilor biometrice și de recunoaștere facială - pentru a identifica și confirma identitatea clienților.
- utilizarea asistenților vocali în industria hotelieră. Un exemplu este utilizarea (încă în modul de testare) a asistentului vocal Alexa for Hospitality, care este testat în prezent de lanțul hotelier Marriott. Pentru implementarea asistentului vocal, sunt utilizate "boxe inteligente" Echo, care sunt amplasate în fiecare cameră. Asistentul vocal permite clientului să obțină toate informațiile necesare despre hotel, să comande servicii din cameră, să afle informații despre diverse facilități (de exemplu, centre de fitness, piscine în apropierea hotelului) și să contacteze personalul de recepție. De asemenea, asistentul vocal poate fi configurat pentru a controla aparate inteligente, cum ar fi reglarea temperaturii aerului, iluminatul, ridicarea și coborârea jaluzelelor, redarea de muzică și controlul televizorului.

Exemple de bune practici. McDonald's, un lanț de restaurante fast-food a aplicat inteligența artificială în procesul de producție. Acesta a instalat în unitățile sale tablouri tactile interactive pentru comenzi autogenerate. De asemenea, a lansat o aplicație mobilă ca instrument de marketing pentru a simplifica și îmbunătăți experiența clienților atunci când comandă și primesc mese.

Concluzii.

Pandemia Covid-19 a accelerat pătrunderea online în companiile HoReCa. Multe companii au utilizat semnificativ comerțul electronic E-commerce și a apărut un nou format de companii fără locații fizice pentru deservirea clienților - Dark Kitchen sau Cloud Kitchen – restaurantele virtuale [5]. Cu alte cuvinte, una dintre cele mai puternice tendințe de digitalizare este crearea de canale Digitale pentru a primi comenzi. Aceasta include: site web, aplicație mobilă, tot felul de chatbots pentru a prelua comenzi, etc.

Al doilea mare domeniu al digitalizării este automatizarea clasică a contabilității de gestiune. Rentabilitatea afacerilor este scăzută, astfel încât managementul nu are marjă de eroare. Acest lucru duce la creșterea cererilor de relevanță și actualitate a cifrelor pentru luarea deciziilor.

Digitalizarea unui număr de procese din sectorul hotelier dă deja rezultate: tehnologie pentru rezervarea camerelor, pentru livrare, servicii online pentru a comanda servicii din camera de hotel - doar o mică parte din modul în care tehnologia informației ajută sectorul HoReCa.

Referințe bibliografice:

- [1]. Biroul Național de Statistică Republicii Moldova. <https://statistica.gov.md/>
- [2]. STASIUCHEVICH S. Directions for the digitalization of restaurant business. УДК 642.5:004 (476). http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/88460/1/Stasyukevich_442_448.pdf

- [3]. STASYUKEVICH S. Innovative development of public catering of the Republic of Belarus / S. V. Stasyukevich // Sci. works / Belarus State Econ. Univ.; editorial board: V. Yu. Shutilin (chief ed.) [et al.]. — Minsk, 2020. — Iss. 13. — P. 473–482.
- [4]. Amazon Alexa Echo speakers. <https://www.revfine.com/amazon-alexa-echo-speakers-hospitality/>
- [5]. Dark/Cloud Kitchen. <https://www.horecainsight.ro/cloud-kitchen-dark-kitchen-horeca-2020/>

GESTIUNEA CREAMTELOR ȘI A DATORIILOR CURENTE LA O ÎNȚREPRINDERE

Alina CRĂCIUN¹, Daniela ALBU² gr. C-FB-212-11

Instituția Privată Colegiul Universității Libere Internaționale din Moldova, str. Vlaicu Pârcălab 52, Chișinău, MD-2000, Tel: +37378394984; Email: craciun.lina33@gmail.com

Instituția Privată Colegiul Universității Libere Internaționale din Moldova, str. Vlaicu Pârcălab 52, Chișinău, MD-2000, Tel: +37360923251; Email: albu2809@gmail.com

Abstract.

In this paper, is described about the management of receivables and current liabilities at an enterprise. Current liabilities are typically settled using current assets, which are assets that are used up within one year. Current assets include cash or accounts receivable, which is money owed by customers for sales. The analysis of current liabilities is important to investors and creditors. This can give a picture of a company's financial solvency and management of its current liabilities.

Cuvinte cheie: creanțe, datorii curente, întreprindere, active, bani, clienți, vânzări, investitori, creditori, solvabilitate financiară.

Dezvoltarea entității cere tot mai multe surse financiare, cu ajutorul cărora aceasta ar putea să-și desfășoare activitatea în mod normal fără staționări și întreruperi. Există două surse de obținere a acestor surse: veniturile din vânzări și atragerea resurselor financiare de la terți. Pentru a majora sursele proprii, se apelează la creșterea veniturilor din vânzări, pe seama unor vânzări în credit.

Creanțele reprezintă activele curente proprii, “retrase” din circuitul economic în mod benevol, fapt care influențează negativ activitatea oricărei entități, în cazul neachitării la timp a acestora de către cumpărători/clienti sau al creșterii necontrolate a ponderii creanțelor în total venituri din vânzări în vederea înrăutățirii capacității de plată a acesteia.

Astfel, în cazul dat, entitatea va apela la o a doua sursă de finanțare - sursele atrase, care generează apariția datoriilor.

Deoarece existența creanțelor și a datoriilor comerciale nu poate fi evitată de o entitate, este important de a stabili și menține un nivel optim al acestora, întrucât acestea să nu influențeze în mod negativ stabilitatea economico-financiară a entității. În afară de aceasta, mai trebuie să se țină cont și de echilibrul dintre datorii și creanțe, căci, în cazul depășirii nivelului datoriilor peste valoarea creanțelor, crește nivelul de îndatorare a entității și scade nivelul de solvabilitate. Pentru a preveni acest fenomen este nevoie de temperat viteza de creștere a datoriilor față de ritmul de creștere a creanțelor, iar mărimea să nu depășească mărimea creanțelor.

Scopul lucrării este studierea și analiza particularităților gestiunii creanțelor și datoriilor pe termen scurt, precum și direcțiile de perfecționare a gestiunii acestora în baza datelor unei entități concrete.

În primul rând, din punct de vedere al celui care dă, o creanță este dreptul juridic al unui furnizor de bunuri sau servicii sau al celui care a acordat un împrumut de a încasa o sumă care i se datorează. Din punct de vedere al celui care a primit un împrumut sau a achiziționat un serviciu, o creanță este obligația de a plăti la un anumit termen suma de bani pentru care s-a angajat printr-un contract.

În cei mai generali termeni creanța este o sumă de bani pe care o firmă sau o persoană fizică trebuie să o încaseze de la o altă firmă sau persoană fizică, căreia i-a vândut un bun sau serviciu sau i-a acordat un împrumut financiar.

Creanțele pentru o firmă reprezintă sumele de bani sau drepturile legale convenite printr-un contract, pe care trebuie să le primească la scadență de la firme sau persoane fizice. Ele sunt considerate parte a activelor companiei și sunt înregistrate în bilanțurile contabile.

Creanțe Civile. La această categorie intră creanțele rezultate din actele încheiate între două sau mai multe părți, persoane fizice, fără să fie implicată nicio persoană juridică, comerciant, creditor bancar ș.a. Aceste părți sunt denumite în termeni juridici drept necomercianți sau neprofesioniști.

Creanțe Comerciale sunt acele rezultate în urma semnării unor contracte comerciale, între două sau mai multe societăți comerciale sau între o societate comercială și o autoritate contractuală. Drepturile de acest tip rezultă din vânzarea sau furnizarea unor bunuri sau servicii, contra unei sume negociate și stabilite în contract. Contractele pot avea unul sau mai multe termene, un avans și o plată finală, clauzele speciale, penalități, clauze de reziliere, scadențar etc.

Creanțe Bancare sunt acel tip de drepturi financiare rezultate în urma semnării unui contract de tip credit bancar. Actul care stă la baza acestei obligații financiare este contractul de împrumut, prin care Banca, Creditorul sau cel care Împrumută acordă Debitorului sau celui care se Împrumută, ce poate fi persoană fizică sau juridică, o sumă de bani, cu sau fără avans și garanție, contra stabilirii plății unei dobânzi. Acest tip de contract poate avea durate variabile și mari, ce pot fi de la câteva săptămâni la zeci de ani, are o destinație clară de achiziție, un calendar de plăți și penalități, în caz de nerespectare a clauzelor convenite.

Creanțe Fiscale sunt acel gen de drepturi financiare ce decurg din obligația pentru orice cetățean, practicant al unei meserii libere sau pentru o societate comercială de a-și achita obligații fiscale față de bugetul de stat. Ele mai sunt numite și drepturi patrimoniale rezultate din raportul de drept material fiscal al statului.

La acest capitol se vorbește adesea despre creanțe fiscale principale, ce decurg din obligația de plată a taxelor, impozitelor, amenzilor și a altor impuneri venite de la buget și creanțe fiscale accesorii, ce sunt obligațiile financiare ce rezultă din perceperea dobânzilor și penalităților de întârziere la plata creanțelor fiscale principale.

Creanțe Salariale. Acestea sunt acel tip de drepturi financiare ale angajatului, ce obligă pe angajator să plătească la termen și în condițiile stabilite, sumele datorate prin contractul de muncă individual sau prin contractul colectiv de muncă. În acest raport, angajatul are statutul de creditor pentru angajator și angajatorul este debitor pentru angajat.

Factorii care trebuie luați în calcul în recuperarea creanțelor pentru persoane juridice și fizice sunt, pe lângă aspectele menționate la punctul anterior, și: cuantumul datoriei, raporturile juridice dintre părțile contractante, datele de scadență, bonitatea debitorului etc.

Primul pas în recuperarea creanțelor ar trebui să fie întotdeauna rezolvarea problemei pe cale amiabilă. Pentru aceasta va trebui ca părțile implicate să se așeze la masa negocierilor și să ajungă la o soluție în privința lichidării datoriei, fie prin renegocierea termenelor de plată, fie prin reeșalonarea sumelor, fie prin alte compensări.

În cazul în care negocierea este încheiată și se cade de acord în privința noilor condiții, pentru siguranță trebuie mers la un notar pentru semnarea unui angajament de plată. Acesta act poate avea titlu executoriu direct asupra debitorului și scutește de la a merge în instanță, în cazul în care nici noul angajament nu duce la rezultatul dorit.

Datoriile curente cuprind împrumuturile pe termen scurt făcute la instituții financiare, scadentele curente ale împrumuturilor pe termen lung, dividendele declarate dar neplătite, datoriile către furnizorii de mărfuri și servicii, salarii neplătite la timp etc.

Exemple de datorii pe termen scurt:

- împrumuturi din emisiunea de obligațiuni;
- sume datorate instituțiilor de credit;
- avansuri încasate în contul comenzilor;
- datorii comerciale (furnizori);
- efecte de comerț de plătit (cambii, bilete la ordin, cecuri);
- sume datorate entităților afiliate.

Concluzii.

Creanțele sunt drepturile pe care un creditor, un furnizor, un angajat sau statul le are asupra unui debitor, cumpărător, angajator sau societate comercială. Acest drept implică achitarea unor anumite

sume de bani sau obligații ce decurg din achiziția unor bunuri sau servicii, contractarea unui credit, semnarea unui contract de muncă, deținerea unei proprietăți, desfășurarea unei activități independente sau comerciale pe teritoriul unui stat.

Nerespectarea angajamentelor stabilite prin contractele semnate poate duce la procese sau la executare silită.

Rezolvarea pe cale amiabilă a litigiilor în care sunt implicate creanțe este cea mai simplă și puțin costisitoare soluție pentru ambele părți implicate.

Referințe bibliografice:

- [1]. BUCUR V., ȚURCANU V., „Contabilitatea impozitelor”.
- [2]. „Contabilitate și audit” N7/2002 (pag.17), N1/2003 (pag.20), N2/2003.
- [3]. Revista „Economica” N4/2006, Editura ASEM.