

COLEGIUL DE STUDII ADMINISTRATIVE ȘI FISCALE



**DEZVOLTAREA SUSTENABILĂ
A SECTORULUI IMM-URILOR
ÎN REPUBLICA MOLDOVA**

Culegere de articole
Sesiune de colocvii Ediția I, Noiembrie 2024

CHIȘINĂU 2024

Coordonatori:

Maria GRIGORAȘ director interimar CSAF
Sergiu COVALI profesor CSAF, șef secția studii

Redactor șef :

Sergiu BANARI, cadru didactic informatică și discipline IT

Comitetul organizatoric:

Elena DANU, director general CSAF
Maria GRIGORAȘ, director interimar CSAF
Veronica MOVILEANU, director adjunct pe instruire și educație CSAF
Mariana MITIOGLO, șef secția studii
Sergiu COVALI, șef secția studii
Sergiu BANARI, cadru didactic informatică și discipline IT

Comitetul științific:

Maria GRIGORAȘ, dr. în științe economice, conf. univ.
Veronica MOVILEANU, dr. în științe economice, conf. univ.
Maia GRÎU, cadru didactic discipline economice, grad didactic I
Raisa DUȘCOV, cadru didactic discipline economice, grad didactic II

Culegerea de articole ale manifestării științifice

„Dezvoltarea sustenabilă a sectorului IMM-urilor în republica moldova” este înregistrată în registrul evenimentelor științifice planificate la ANACEC în anul 2024. Link: (https://conferinte.stiu.md/event_page/1041)

**DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII
DIN REPUBLICA MOLDOVA**

"Dezvoltarea sustenabilă a sectorului IMM-urilor în Republica Moldova", colocviu (1 ; 2024 ; Chișinău). Dezvoltarea sustenabilă a sectorului IMM-urilor în Republica Moldova : Culegere de articole : Sesiune de colocvii, Ediția 1, Noiembrie 2024, [Chișinău] / coordonatori: Maria Grigoraș, Sergiu Covali.
– Chișinău : [S. n.], 2024 (CEP UPSC). – 125 p. : fig., tab.
Antetit.: Colegiul de Studii Administrative și Fiscale. – Rez.: lb. rom., engl.
– Referințe bibliogr. la sfârșitul art. – [100] ex.
ISBN 978-9975-46-996-8.

334.7(082)

D 35

Tipar executat la Centrul Editorial-Poligrafic al Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă” din Chișinău, str. Ion Creangă, nr. 1, MD-2069

CUPRINS:

Maria Grigoraș, UTM

Daria Rotaru, UTM, SHTA-241

ACTIVITATEA DE ANTREPRENORIAL - O OPȚIUNE PENTRU CARIERĂ
ÎN REPUBLICA MOLDOVA
ENTREPRENEURIAL ACTIVITY - A CAREER OPTION IN THE REPUBLIC
OF MOLDOVA7

Raisa Dușciv, CSAF

Alexandru Țugui, Colegiul ULIM

ANALIZA NIVELULUI DE VULNERABILITATE AL ECONOMIEI ȚĂRILOR MICI
ANALYSIS OF THE LEVEL OF VULNERABILITY OF THE ECONOMY
OF SMALL COUNTRIES9

Maria Grigoraș, UTM

Mădălina Șveț, UTM, SHTA-241

ATRACTIVITATEA BRANDULUI REPUBLICII MOLDOVA ÎN EXTERIOR
THE ATTRACTIVENESS OF THE BRAND OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA
ABROAD12

Raisa Dușcov, CSAF

Maria Sandu, CSAF, TTC-041

CARACTERISTICILE MECANISMULUI DE REGLEMENTARE DE STAT A
ECONOMIEI
CHARACTERISTICS OF THE STATE REGULATION MECHANISM OF THE
ECONOMY17

Raisa Dușcov, CSAF

Andrea Plămădeală, IPF-041, CSAF

CONCEPTE TEORETICE ALE BUNURILOR PUBLICE
THEORETICAL CONCEPTS OF PUBLIC GOODS27

Maria Grigoraș, CSAF

Vlad Nicoară, PAA-031, CSAF

CULTURA FINANCIARĂ A IMM-urilor – FACTOR DE SPRIJIN ÎN ECONOMIA
GLOBALĂ
FINANCIAL CULTURE OF SMEs – A SUPPORT FACTOR IN THE GLOBAL
ECONOMY33

Maria Grigoraș, CSAF

Valeria Calancea SHTA-241, UTM

DEZVOLTAREA INDUSTRIEI TURISTICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA
DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY IN THE REPUBLIC
OF MOLDOVA37

Rabadji Svetlana, I.P. Colegiul Agroindustrial din Rîșcani Dumitrița Borș, I.P. Colegiul Agroindustrial din Rîșcani	
INFLUENȚA ECONOMIEI CIRCULARE ASUPRA DEZVOLTĂRII SUSTENABILE A ÎMM DIN REBUBLICA MOLDOVA THE INFLUENCE OF THE CIRCULAR ECONOMY ON THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SMEs IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA.....	41
Maria Grigoraș, CSAF Cristian Surchicin, CSAF, PAA-31	
IMPLEMENTAREA PRACTICILOR ECOLOGICE ÎN IMM-URI IMPLEMENTATION OF ECOLOGICAL PRACTICES IN SMEs	46
Victoria Cebotari, PT-212, Colegiul Internațional de Administrare și Business Maia Grîu, Cadru didactic CIAB	
IMPACTUL DECIZIEI DE FINANȚARE ASUPRA PERFORMANȚEI ÎNTREPRINDERII THE IMPACT OF THE FINANCING DECISION ON THE PERFORMANCE OF THE ENTERPRISE	50
Raisa Dușcov, CSAF Beatriz Munteanu, COLEGIU ULIM	
MARKETINGUL MODERN: TENDINȚE ȘI INSTRUMENTEROLUL SUSTENABILITĂȚII IN MARKETING MODERN MODERN MARKETING: TRENDS AND THE INSTRUMENTAL ROLE OF SUSTAINABILITY IN MODERN MARKETING	55
Raisa Dușcov, CSAF Daniela Buza, IPF-041, CSAF	
MECANISMUL FINANCIAR AL INSTITUȚIILOR PUBLICE THE FINANCIAL MECHANISM OF PUBLIC INSTITUTIONS	60
Veronica Movileanu, CSAF Valeria Golban, CSAF, PAA-41	
MEDIUL ANTREPRENORIAL DE AFACERI ENTREPRENEURIAL BUSINESS ENVIRONMENT	65
Rabadji Svetlana, IP Colegiul Agroindustrial din Rîșcani Cătălina Olievski, IP Colegiul Agroindustrial din Rîșcani	
MUNCA DECENTĂ ȘI CREȘTEREA ECONOMICĂ ÎN IMM ALE REPUBLICII MOLDOVA DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH IN SME OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA	69

Veronica Movileanu, CSAF

Harcenco Alina, CSAF

PARTICULARITĂȚILE FUNCȚIILOR ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII
THE CHARACTERISTICS OF THE FUNCTIONS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES74

Movileanu Veronica, CSAF

Mirela Prepelită, CSAF, PAA-041

PERSPECTIVELE SECTORULUI IMM DIN REPUBLICA MOLDOVA
PERSPECTIVES OF THE SME SECTOR IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA.....77

Olga Postolachi, CSAF

Gherman Tatiana, CSAF, D-023

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С
ДРАГОЦЕННЫМИ МЕТАЛЛАМИ И ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ И
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОМБАРДОВ
LEGAL BASIS FOR LICENSING ACTIVITIES WITH PRECIOUS METALS AND
PRECIOUS STONES AND ACTIVITIES OF PAWNSHOPS81

Maria Grigoraș, CSAF

Nikita Varfalameev, CSAF, PAA-31

PROBLEME ȘI SOLUȚII ÎN DEZVOLTAREA IMM-RILOR ÎN REPUBLICA
MOLDOVA
PROBLEMS AND SOLUTIONS IN SME DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF
MOLDOVA93

Maia Grîu, CSAF

Alina Harcenco, CSAF, PAA-041

ROLUL SECTORULUI BUSINESSULUI MIC ȘI MIJLOCIU ÎN ECONOMIA
MODERNĂ
THE ROLE OF THE SMALL AND MEDIUM BUSINESS SECTOR IN THE MODERN
ECONOMY96

Raisa Dușcov, CSAF

Emilia Carauș, Colegiul ULIM

ROLUL SUSTENIBILITĂȚII ÎN MARKETINGUL MODERN
THE ROLE OF SUSTAINABILITY IN MODERN MARKETING 102

Lia Popovici, CSAF

Anastasia Grigoruța, CSAF, gr. PAA 042

СИСТЕМА TAX FREE КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТУРИЗМА И
ЭКОНОМИКИ
TAX FREE SYSTEM AS A TOOL FOR STIMULATING TOURISM
AND ECONOMY 105

Raisa Duşcov, CSAF
Ala Hariton, Colegiul ULIM

SOLUȚII DE MARKETING ȘI ROLUL LOR ÎN ACTIVITATEA ORGANIZAȚIEI
MARKETING SOLUTIONS AND THEIR ROLE IN THE ORGANIZATION'S
ACTIVITY 109

Raisa Duşcov, CSAF
Savina Arina Grăjdieru

SOLUȚII DE MARKETING ȘI ROLUL LOR ÎN ACTIVITATEA ORGANIZAȚIEI:
MARKETINGUL PROVOCATOR
MARKETING SOLUTIONS AND THEIR ROLE IN THE ORGANIZATION'S
ACTIVITY: CHALLENGER MARKETING 112

Raisa Duşcov, CSAF
Nichita Papușoi, CSAF, IPF – 041

SUSTENABILITATEA - IMPORTANȚA ȘI NECESITATEA ÎNTR-O SOCIETATE
SUSTAINABILITY - IMPORTANCE AND NEED IN A SOCIETY 115

Raisa Duşcov, CSAF
Jasmin Caytemel, CSAF, IPF – 042

ФОРМЫ И МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
FORMS AND METHODS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT 119

ACTIVITATEA DE ANTREPRENORAT - O OPȚIUNE PENTRU CARIERĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA

*Maria Grigoraș, UTM
Daria Rotaru, UTM*

Abstract:

Entrepreneurship is a viable option for young people in the Republic of Moldova, contributing to the economic and social development of the country. This essay examines the perspectives and challenges of entrepreneurship and the role of SMEs in sustainable development.

Rezumat:

Activitatea de antreprenoriat reprezintă o opțiune viabilă pentru tinerii din Republica Moldova, contribuind la dezvoltarea economică și socială a țării. Acest eseu analizează perspectivele și provocările antreprenoriatului, precum și rolul IMM-urilor în dezvoltarea sustenabilă.

Keywords: entrepreneurship, career, SMEs, sustainable development, Moldova, opportunities, challenges.

Cuvinte cheie: antreprenoriat, carieră, IMM-uri, dezvoltare durabilă, Moldova, oportunități, provocări.

Introducere:

În contextul actual, antreprenoriatul a devenit o carieră din ce în ce mai atractivă pentru tinerii din Republica Moldova. Dezvoltarea sectorului IMM-urilor (întreprinderi mici și mijlocii) este esențială pentru economia națională, având un impact semnificativ asupra creării de locuri de muncă și stimulării inovării. Conferința dedicată dezvoltării durabile a sectorului IMM-urilor a evidențiat oportunitățile și provocările cu care se confruntă antreprenorii locali.

Metode aplicate:

Pentru realizarea acestui eseu, au fost utilizate metode de cercetare calitativă, inclusiv analiza literaturii de specialitate, studii de caz și interviuri cu antreprenori locali. De asemenea, s-a realizat o sinteză a datelor statistice privind sectorul IMM-urilor din Republica Moldova, pentru a înțelege mai bine contextul și tendințele actuale.

Rezultate și discuții

Oportunități:

1. **Accesibilitatea resurselor:** Tinerii antreprenori pot beneficia de programe de finanțare, granturi și asistență tehnică oferite de organizații internaționale și guvernamentale.
2. **Inovație și tehnologie:** Adoptarea noilor tehnologii permite IMM-urilor să fie competitive pe piața internațională. Tinerii antreprenori, familiarizați cu tehnologia, pot inova și crea produse și servicii adaptate cerințelor pieței.
3. **Crearea de locuri de muncă:** Antreprenoriatul contribuie la reducerea șomajului, oferind oportunități de angajare și dezvoltând abilitățile profesionale ale tinerilor.

Provocări:

1. **Accesul la capital:** Majoritatea tinerilor întâmpină dificultăți în obținerea finanțării necesare pentru a-și începe afacerea. Instituțiile financiare sunt adesea reticente în a oferi credite IMM-urilor din cauza riscurilor percepute.
2. **Reglementările birocratice:** Procedurile complicate de înregistrare și autorizație pot descuraja inițiativele antreprenoriale.
3. **Lipsa experienței:** Tinerii antreprenori pot avea nevoie de mentorat și formare profesională pentru a face față provocărilor pieței.

Concluzii

Antreprenoriatul reprezintă o opțiune viabilă pentru cariera tinerilor din Republica Moldova, contribuind semnificativ la dezvoltarea economică a țării. Cu toate că există provocări semnificative, oportunitățile de dezvoltare sunt ample. Este esențial ca instituțiile statului și organizațiile internaționale să colaboreze pentru a oferi sprijin antreprenorilor, facilitând accesul la resurse și reducând birocrăția.

Bibliografie

1. **Popescu, I.** (2020). Antreprenoriatul în Republica Moldova: Oportunități și provocări. Chișinău: Editura Universității.
2. **Stan, A.** (2021). IMM-urile: motorul dezvoltării economice. Revista de economie, 12(3), 45-58.
3. **Ministerul Economiei și Infrastructurii al Republicii Moldova.** (2022). Raport anual privind dezvoltarea IMM-urilor. Disponibil la: www.mei.gov.md.
4. **Bălăceanu, C.** (2023). Impactul antreprenoriatului asupra dezvoltării regionale. Chișinău: Editura Economică.
5. **Olescu, V.** (2021). Inovația în sectorul IMM-urilor. București: Editura Tehnică.

ECONOMIEI ȚĂRILOR MICI

*Raisa Dușciv, CSAF
Alexandru Țugui, Colegiul ULIM*

Abstract. În acest articol sa analizat ca concept vulnerabilitatea și punctele slabe ce caracterizează nivelul economic a țărilor mici, prin diverse caractere multidisciplinare ce sânt descrise nivelul și oportunitățile ce caracterizează nivelul de dezvoltare a țărilor mici. În analiza factoriilor sensibili la dezvoltarea economică a țărilor mici influențează mai mulți factori și caractere multidisciplinare ce reprezintă punctele slabe si puternice.

Abstract. In this article, the concept of vulnerability and weaknesses that characterize the economic level of small countries was analyzed, through various multidisciplinary characters that describe the level and opportunities that characterize the level of development of small countries. In the analysis of factors sensitive to the economic development of small countries, several factors and multidisciplinary characters that represent weak and strong points influence.

Cuvinte cheie: vulnerabilitate, vulnerabilitate economică, statelor insulare mici, fluctuațiile economice globale, soluții inovatoare.

Introducere

Vulnerabilitatea reprezintă un concept multidisciplinar, din acest motiv, există un număr mare de definiții și modele ce tratează vulnerabilitatea. Termenul vulnerabilitate își are originea de la cuvântul latin „vulnerare”, care este definit ca rănit sau rană. De aici, se creează asocierea cu puncte slabe sau expunerea la unele situații ce pot duce la suportarea unor pierderi. Considerăm că vulnerabilitatea economică poate fi cercetată pentru următoarele tipuri de state: statele în tranziție, statele emergente, statele în curs de dezvoltare, state subdezvoltate și statele mici insulare în curs de dezvoltare.

Rezultate și discuții

La momentul dat, indicele de vulnerabilitate este folosit „pentru identificarea statelor subdezvoltate de către Națiunile Unite (Comisia pentru politică de dezvoltare, un organism consultativ al Consiliului Economic și Social al Națiunilor Unite). Statele insulare din zona Caraibilor, din Oceanul Pacific, din Oceanul Atlantic, din Oceanul Indian și din Marea Chinei de Sud ocupă o poziție crucială. Deoarece sunt predominant mici – din punct de vedere geografic și al populației – orice șoc poate avea consecințe disproporționate, chiar de nivel existențial pentru societățile, economiile și culturile lor, în special pentru femei și fete, precum și pentru alte persoane aflate în situații vulnerabile, cum ar fi populațiile indigene și comunitățile locale. Deoarece sunt insule – adesea îndepărtate și constând în zone joase – ele sunt deosebit de expuse efectelor negative ale fenomenelor meteorologice extreme și ale fenomenelor cu declanșare lentă asociate schimbărilor climatice, cum ar fi creșterea nivelului mării și intruziunea salină. SIDS depind de oceane chiar mai mult decât alte țări pentru economia lor, pentru echilibrul microclimatului lor, pentru cultura și activitățile lor recreative. Prin urmare, acestea sunt extrem de vulnerabile la impactul schimbărilor climatice, al insecurității alimentare și nutriționale, al

poluării marine, al pierderii biodiversității marine, al diminuării resurselor de apă dulce, al deșertificării, al eroziunii costiere, al degradării terenurilor și al activităților de pescuit ilegal, nedeclarat și nereglementat.

Vulnerabilitatea economică are la bază mai mulți factori care influențează sesizabil procesul de dezvoltare a țărilor mici ca de exemplu: Resursele limitate, dependența de comerț, turismul, acces limitat la servicii, schimbările climatice, expunerea la dezastre naturale etc.

Pentru prima dată problema vulnerabilității de care suferă grupul statelor insulare mici în curs de dezvoltare a fost pusă în 1972 în cadrul UNCTAD III. Problemele principale care au fost discutate sunt dezavantajele naturale asociate cu insularitatea și depărtarea de destinațiile principale de export.

Însă vulnerabilitatea are un caracter multidisciplinar și poate fi cercetată în cadrul următoarelor domenii:

- agricultură;
- schimbări climaterice;
- dezastre naturale;
- studii ale dezvoltării și ale sărăciei;
- analiza și gestionarea riscurilor;
- geografia economică;
- probleme de inginerie;
- finanțe;
- tehnologii informaționale;
- teorie militară;
- teorie politică;
- sănătatea publică;
- studii de securitate;
- studii sociologice;
- studierea dezastrelor.

După cum a fost menționat mai sus, vulnerabilitatea are un caracter multidisciplinar și din acest motiv, este imposibil de a veni cu o singură definiție universală pentru termenul de vulnerabilitate. Unul dintre scopurile principale a „Millennium Development” este eradicarea sărăciei. În urma efectuării unor cercetări privind cauzele apariției sărăciei la nivel de gospodărie, s-a ajuns la concluzia că vulnerabilitatea la nivel micro rezultă, în mare parte, din cauza vulnerabilităților la nivel macro. Constatăm că există peste 30 de definiții ale conceptului de vulnerabilitate (conform raportului „The Vulnerability Network and Observatory”). Autorul propune spre analiză cele mai reușite și relevante în contextul temei cercetate. În cadrul „Strategiei Internaționale pentru Reducerea Dezastrelor. Vulnerabilitatea a fost definită ca „un set de condiții și procese care rezultă din factori de natură fizică, socială, economică și de mediu, care cresc susceptibilitatea unei comunități la impactul pericolelor”. Aceste condiții sunt formate „în continuu de către atitudinea, comportamentul, cultura, influențele socioeconomice și politice ale persoanelor fizice, familiilor, comunității și țării”. Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare definește vulnerabilitatea ca „o condiție umană sau proces care rezultă

din factori de natură fizică, socială, economică sau ai mediului, care determină șansele sau scala prejudiciului în urma impactului unui „hazard”. După cum vedem, vulnerabilitatea cuprinde un număr mare de definiții și direcții de cercetare care trebuie să răspundă la întrebările: vulnerabilitatea cui? vulnerabilitate față de ce? în ce mod poate fi măsurată vulnerabilitatea? etc. Caracterul multidisciplinar este de asemenea evident. Din aceste motive, nu este posibil de propus o definiție unică pentru vulnerabilitate.

Dimensiunea mică implică o piață autohtonă mică. Insulele mici nu pot atinge gama eficientă minimă de producție pentru că cererea autohtonă este insuficientă. Aceasta are ca rezultat costuri de unități mari de producție. Această inabilitate a statelor de a crea o masă critică a dus la categorisirea lor drept „economii suboptimale” (Armstrong & Read 2003). În schimb, abilitatea lor de a culege beneficiile economiilor cântărite în exporturi este limitată. Competitivitatea lor internațională este afectată și așa este și rata lor de creștere. Indivizibilitățile din economia autohtonă măresc costurile și prețurile. Ele rămân în spatele inovației și avansările tehnologice(ex: Mauritius, Antigua, Barbuda)

De asemenea aceste țări mici sunt dependente de turismul care le aduce un venit considerabil în majoritatea cazurilor (ex: Malta, Papua Noua Guinee, Fiji, Maldives etc). Într-o eră a globalizării, turismul a devenit un sector esențial pentru economiile din întreaga lume, iar pentru țările mici, acest fenomen oferă oportunități unice de a-și dezvolta statul și economia concomitent. Aceste națiuni, adesea caracterizate printr-o dimensiune geografică redusă, populații limitate și resurse naturale limitate, pot transforma turismul într-un motor al dezvoltării economice și culturale. Acestea joacă un rol esențial în conservarea patrimoniului cultural și natural al țărilor mici. Diferite destinații turistice și-au pus deja amprenta în inimile și ochii persoanelor dornice de a vedea farmecul acestor locații dar și de a contribui la economia statului. Un alt aspect important este accesul foarte limitat la diferite servicii esențiale precum: educație, sănătate, centre de formare profesională etc. Datorită resurselor financiare. Multe țări mici se confruntă cu economii fragile, cu bugete publice limitate. Acest lucru se traduce adesea prin alocări insuficiente de fonduri pentru servicii esențiale, cum ar fi sănătatea, educația și infrastructura. De exemplu, în țările mici insulare, veniturile din turism sau din agricultură pot fi volatile, afectând capacitatea guvernelor de a investi constant în servicii publice. În plus, fluctuațiile economice globale pot reduce veniturile guvernamentale, lăsând autoritățile cu opțiuni limitate în ceea ce privește cheltuielile, impactul infrastructurii deficitare asupra comunităților este profund. Pe de o parte, sănătatea publică are de suferit din cauza accesului limitat la servicii medicale și apă potabilă curată, crescând incidența bolilor și punând o presiune suplimentară asupra sistemului de sănătate. De asemenea, dezvoltarea economică este inhibată; companiile pot ezita să investească în regiuni cu infrastructură slabă, iar antreprenorii locali se confruntă cu dificultăți în a-și livra produsele sau serviciile. Aceasta duce la stagnarea economiei locale și la o calitate a vieții mai scăzută. În plus, migrarea forțată devine o soluție pentru cei care caută oportunități mai bune, afectând structura demografică a comunităților și pierzând talente și resurse umane. Pentru a aborda aceste probleme,

este esențial să se aloce fonduri pentru dezvoltarea infrastructurii. Acest lucru include construirea și întreținerea drumurilor, extinderea rețelelor de apă și electricitate și dezvoltarea sistemelor de transport public. Parteneriatele public-private pot aduce resurse și expertiză esențiale pentru aceste inițiative. Colaborarea cu sectorul privat poate facilita identificarea de soluții inovatoare și poate reduce povara financiară asupra guvernului. De asemenea, planificarea integrată a dezvoltării urbane și rurale, cu implicarea comunităților în luarea deciziilor, este crucială pentru asigurarea unei infrastructuri eficiente.

Concluzii

În linii generale tind să se menționeze faptul ca lipsa unei a mai bune analize a nivelului de vulnerabilitate la economiei țărilor mici este un aspect fundamental care trebuie studiat în permanență pentru a se depista care sunt factorii ce influențează asupra acestuia, concomitent găsirea și îmbunătățirea soluțiilor ce vor da rezultate. Fiecare subiect reprezentat și explicat are o anumită valoare esențială, iar dezvoltarea diferitor științe ce progresează în permanență permite evaluarea, îmbunătățirea și ameliorarea, în unele cazuri abolirea acestor factori negativi.

Referințe bibliografice

1. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/82-114.pdf
2. <https://www.consilium.europa.eu/ro/press/press-releases/2024/05/07/council-conclusions-on-small-island-developing-states-sids/>
3. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/ASEM-2015-Vol-IV-09.pdf
4. <https://iap.gov.md/repository/files/original/093ef2f8adebbd6daf49b175efcbd51773077229.pdf>
5. https://ro.wikipedia.org/wiki/%C8%9Aar%C4%83_dezvoltat%C4%83

ATRACTIVITATEA BRANDULUI REPUBLICII MOLDOVA ÎN EXTERIOR

*Maria Grigoraș, UTM
Mădălina Șveț, UTM, SHTA-241*

Republica Moldova, o țară cu o bogată moștenire culturală și tradiții bine păstrate, se află într-un proces de consolidare a identității sale internaționale printr-un brand de țară autentic și distinctiv. Într-o lume globalizată, în care competiția pentru atenția și încrederea investitorilor, turiștilor și partenerilor comerciali este intensă, Moldova își definește atractivitatea prin promovarea culturii, a peisajelor naturale și a unei industrii viticole de prestigiu. Strategia sa de branding național se bazează pe valori precum autenticitatea, ospitalitatea și deschiderea către parteneriate internaționale. Această abordare complexă își propune nu doar să atragă atenția externă, ci și să sporească încrederea și respectul față de valorile și potențialul națiunii. Luând în considerare cultura și tradițiile Republicii Moldova, aceasta dispune de un patrimoniu cultural profund, cu tradiții bine păstrate și o diversitate etnică bogată. Câteva aspecte esențiale care contribuie la atractivitatea acestui element al brandului național sunt:

Muzica și dansul tradițional: Muzica folclorică moldovenească, interpretată adesea cu instrumente tradiționale precum naiul, țambalul și vioara, are rădăcini adânci și reprezintă o componentă unică a identității naționale. Dansurile tradiționale, precum hora și sârba, sunt prezente la festivaluri și sărbători și sunt ușor recunoscutibile în peisajul cultural est-european.

Costumele tradiționale: Portul popular, caracterizat prin broderii realizate manual, cu motive florale și geometrice simbolice, este un element vizual unic. Aceste costume sunt promovate în cadrul festivalurilor internaționale, ajutând la menținerea vie a identității culturale și la atragerea interesului pentru artizanat

Sărbători și obiceiuri: Evenimente ca „Mărțișorul” (simbol al primăverii), sărbătorile de Paște cu încondeierea ouălor, și colindele de Crăciun sunt tradiții importante care atrag atenția internațională. Acestea oferă oportunități unice de a evidenția Moldova drept o destinație culturală și de a oferi turiștilor experiențe inedite.

Festivaluri culturale: Evenimentele precum „Ziua Națională a Vinului” sau „Festivalul Internațional de Muzică „Mărțișor” oferă o scenă internațională pentru promovarea culturii moldovenești. La aceste festivaluri, vinurile locale, arta tradițională, muzica și dansurile atrag turiști și jurnaliști străini, contribuind la o percepție pozitivă a țării în lume.

Consolidarea acestor elemente și promovarea lor prin inițiative diplomatice culturale, prin expoziții internaționale și evenimente de promovare turistică poate crește atractivitatea brandului național al Moldovei. Un domeniu important specific țării sunt vinurile și produsele autohtone. Industria viticolă moldovenească este recunoscută pe plan internațional și se află în centrul brandului de țară. Moldova se remarcă prin tradiția sa viticolă milenară și prin crame unice, ceea ce o face o destinație atractivă pentru iubitorii de vin.

Galerii subterane: Celebrele crame Mileștii Mici și Cricova sunt printre cele mai mari galerii de vinuri din lume. Mileștii Mici deține chiar un record mondial Guinness pentru cea mai mare colecție de vinuri, având peste 2 milioane de sticle în

subteran. Aceste crame sunt organizate în galerii kilometrice subterane și atrag turiști din întreaga lume pentru degustări și tururi ghidate.

Festivalul Vinului: „Ziua Națională a Vinului” este organizată anual la început de octombrie și este un prilej de a atrage turiști internaționali pentru a degusta vinuri, de a cunoaște producătorii locali și de a participa la evenimente culturale. Festivalul reprezintă o oportunitate de expunere internațională și contribuie la consolidarea renumelui Moldovei ca una dintre principalele destinații vinicole din Europa de Est.

Exporturile de vin: Vinurile moldovenești, în special cele roșii, câștigă constant premii internaționale, iar exportul lor în UE, SUA, Japonia și alte țări contribuie la crearea unei identități recunoscute pe plan global. Brandurile de vin moldovenesc sunt promovate prin participarea la târguri internaționale de profil, precum ProWein și Vinexpo, și prin parteneriate cu somelieri și influenceri din industrie.

Diversificarea produselor autohtone: Pe lângă vin, Moldova produce și exportă fructe și legume proaspete, conserve, miere și alte produse naturale. Calitatea acestor produse și caracterul ecologic pot fi promovate mai intens, contribuind la percepția Moldovei ca o sursă de produse naturale, sănătoase și de înaltă calitate.

Prin

consolidarea industriei viticole și a produselor tradiționale, Moldova își poate amplifica renumele în acest domeniu și atrage turiști și investitori interesați de cultura vinului și de produse naturale. **Peisajele naturale și turismul rural.** Moldova este caracterizată de peisaje rurale pitorești, dealuri, râuri și rezervații naturale care oferă o oază de liniște pentru turiștii dornici să experimenteze turismul eco și să se conecteze cu natura.

Orheiul Vechi: Aceasta este una dintre cele mai importante atracții turistice ale Moldovei, un complex de mănăstiri rupestre și situri arheologice, amplasat într-o zonă pitorească de lângă râul Răut. Orheiul Vechi oferă o experiență unică, unde turiștii pot explora locuințele săpate în stâncă și pot vizita mănăstiri cu o vechime de secole, toate într-un cadru natural deosebit.

Cetatea Soroca: Situată pe malul râului Nistru, cetatea are o importanță istorică și oferă o imagine a Moldovei medievale. Acesta este un loc ideal pentru iubitorii de istorie și un punct de atracție pentru turiștii care caută un plus de autenticitate și istorie în călătoriile lor.

Turismul rural: Satele moldovenești oferă experiențe autentice, cum ar fi culesul strugurilor, prepararea vinului, coacerea pâinii în cuptor tradițional și participarea la diverse activități agricole. În satele pitorești, turiștii se pot caza în pensiuni rurale și pot gusta bucate tradiționale, realizate cu produse locale, precum plăcintele, sarmalele, și deserturile moldovenești.

Rezervațiile naturale: Moldova dispune de mai multe zone protejate, cum ar fi rezervația Codrii și zona Prutul de Jos, care oferă activități de observare a florei și faunei locale. Aceste rezervații atrag turiștii pasionați de natură și fotografie de peisaj.

Prin

promovarea turismului rural și a peisajelor naturale, Moldova poate atrage turiști în

căutare de destinații neaglomerate și experiențe autentice, contribuind astfel la un brand de țară orientat spre natură și autenticitate.

Imaginea Politică și Socială. Moldova lucrează pentru stabilitatea sa politică și îmbunătățirea imaginii sale internaționale prin reforme și parteneriate strategice.

Reforme din justiție și economie: Moldova prioritizează reformele în domeniul justiției, îmbunătățirea mediului de afaceri și combaterea corupției. Aceste eforturi cresc încrederea investitorilor străini și creează o imagine mai pozitivă și mai stabilă a țării.

Apropierea de Uniunea Europeană: Moldova a semnat Acordul de Asociere cu Uniunea Europeană, ceea ce facilitează colaborarea economică, culturală și politică. Relațiile de colaborare cu UE consolidează poziția Moldovei ca o țară angajată pe drumul european și deschisă modernizării.

Stabilitatea politică: Chiar dacă Moldova a traversat perioade de instabilitate, guvernele recente au investit în construirea unui climat de stabilitate politică, lucru care contribuie la consolidarea brandului de țară și la creșterea atractivității pentru investitori și turiști.

O imagine de progres, stabilitate și deschidere către reforme contribuie la construirea unei percepții favorabile asupra Moldovei la nivel internațional, ceea ce este esențial pentru un brand de țară solid. Diaspora moldovenească este activă în promovarea cult urii și identității naționale, contribuind la vizibilitatea internațională a țării.

Ambasadori ai culturii: Diaspora promovează obiceiurile, dansurile, și tradițiile prin intermediul evenimentelor organizate în țările de adopție. Aceste activități mențin viu spiritul moldovenesc în comunitățile din străinătate și atrag atenția străinilor asupra valorilor culturale ale Moldovei.

Contribuția economică: Moldovenii din diaspora trimit anual sume semnificative de bani în țară și contribuie la creșterea economică prin remitențe. Totodată, ei își încurajează cunoștințele din țările de reședință să viziteze Moldova, contribuind astfel la promovarea turismului. Rețele de afaceri și suport pentru exporturi: Diaspora joacă un rol strategic în sprijinirea exporturilor moldovenești și a colaborărilor economice internaționale. Membrii săi contribuie la crearea unor conexiuni economice, ceea ce poate spori atractivitatea Moldovei ca partener economic de încredere.

Relațiile Economice și Comerciale .Relațiile economice și comerciale joacă un rol central în dezvoltarea brandului de țară al Moldovei. Deschiderea către piețele internaționale și parteneriatele economice pot contribui la creșterea vizibilității și a atractivității Moldovei pe plan global.

Acorduri comerciale strategice: Moldova beneficiază de Acordul de Liber Schimb cu Uniunea Europeană (DCFTA), permițând accesul produselor moldovenești pe piața europeană fără taxe vamale. De asemenea, Moldova are parteneriate comerciale cu statele CSI, ceea ce diversifică piețele pentru exporturi și reduce dependența de un singur bloc economic.

Promovarea investițiilor străine: Guvernul Republicii Moldova oferă stimulente fiscale, reduceri de impozite și facilități în zonele economice libere pentru

investitorii străini, în special în domenii precum tehnologia informației, producția industrială și agricultura. Aceste inițiative contribuie la atragerea investițiilor și la dezvoltarea unor sectoare competitive în economia națională.

Zonele economice libere: Republica Moldova a creat mai multe zone economice libere, cum ar fi „Balti Free Economic Zone” și „Ungheni-Business” unde companiile beneficiază de condiții favorabile pentru activități de producție, logistică și export. Aceste zone atrag investitori din industria automotive, IT, textile și agroalimentară, consolidând capacitatea Moldovei de a deveni un hub economic regional.

Atragerea de parteneriate economice durabile: Moldova dezvoltă inițiative de colaborare regională și globală, prin participarea la forumuri economice internaționale și inițierea unor parteneriate strategice. Aceste eforturi au un impact pozitiv asupra imaginii Moldovei ca un partener comercial de încredere, cu potențial de creștere economică.

Consolidarea și diversificarea relațiilor economice poate contribui semnificativ la imaginea externă a Moldovei, încurajând percepția unei economii deschise, moderne și capabile să susțină investitorii străini.

Strategii de Consolidare a Brandului de Țară. Pentru a crește atractivitatea brandului Republicii Moldova la nivel internațional, este important ca țara să adopte o strategie de branding național clară, coerentă și coordonată:

Marketing național și internațional: Participarea activă la expoziții internaționale, târguri de produse agricole și vinicole, și evenimente culturale globale este esențială pentru promovarea produselor și culturii moldovenești. O prezență constantă în astfel de contexte ajută la consolidarea brandului național și la atragerea interesului pe plan internațional.

Colaborarea cu influenceri și ambasadori culturali: Colaborarea cu personalități internaționale din domeniul cultural și culinar poate aduce notorietate brandului de țară. Influencerii locali și membrii diasporei pot servi drept ambasadori ai culturii și tradițiilor moldovenești, aducând Moldova mai aproape de un public internațional.

Crearea unei imagini unificate: Guvernul și organizațiile de promovare a turismului ar putea dezvolta o campanie de marketing cu un mesaj unificat, care să includă sloganuri și imagini reprezentative pentru Moldova. Acest mesaj ar trebui să scoată în evidență aspectele autentice ale culturii, naturii și valorilor țării.

Parteneriate internaționale în turism și educație: Extinderea colaborărilor cu instituții de turism și educație poate aduce beneficii pe termen lung. Programele de schimb studentesc, colaborările academice și parteneriatele turistice vor expune străinii la cultura și valorile moldovenești, crescând, în timp, interesul pentru Moldova.

O strategie integrată de branding național poate contribui semnificativ la poziționarea Moldovei pe harta internațională ca destinație culturală, turistică și economică de încredere, aducând un plus de valoare imaginii țării și atrăgând atât turiști, cât și investitori și parteneri comerciali.

În concluzie prin promovarea culturii tradiționale, a industriei vinicole, a turismului rural și a unei imagini politice stabile, Republica Moldova își

consolidează poziția ca destinație de interes pe harta internațională. Inițiativele de reformă și eforturile continue de a îmbunătăți relațiile economice și comerciale contribuie la consolidarea unei imagini pozitive, orientate spre modernizare și deschidere. Diaspora, parteneriatele strategice și evenimentele internaționale de succes amplifică vizibilitatea Moldovei în lume. Astfel, Republica Moldova își valorifică specificitatea pentru a construi un brand de țară atractiv, bazat pe o combinație unică de tradiție și inovare, capabil să inspire și să câștige încrederea comunității internaționale.

BIOGRAFIE

1. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/ASEM-2015-Vol-IV-09.pdf
2. <https://iap.gov.md/repository/files/original/093ef2f8adebbd6daf49b175efcbd51773077229.pdf>
3. https://ro.wikipedia.org/wiki/%C8%9Aar%C4%83_dezvoltat%C4%83

CARACTERISTICILE MECANISMULUI DE REGLEMENTARE DE STAT A ECONOMIEI

Raisa Dușcov, CSAF
Maria Sandu, CSAF, IPF – 041

Articolul conturează interpretarea autorului asupra înțelegerii mecanismului de reglementare de stat a economiei, ceea ce ne permite să refundăm necesitatea și oportunitatea utilizării acestuia de către stat într-o economie de piață. Economia de piață este abordată prin diverse aspecte, trăsături și relații economice reglementate de stat pentru un mecanism adaptat la condiții moderne cerute de societate.

The article outlines the author's interpretation of the understanding of the mechanism of state regulation of the economy, which allows us to re-found the necessity and opportunity of its use by the state in a market economy. The market economy is approached through various aspects, features and economic relations regulated by the state for a mechanism adapted to modern conditions required by society.

Cuvinte cheie: mecanism economic, reglementare guvernamentală, economie de piață, sistem economic, teorie economică.

La prima vedere, simpla întrebare care este mecanismul de reglementare de stat a economiei evocă o mare varietate de răspunsuri diferite. În cea mai mare parte, aceste idei despre mecanismul de reglementare de stat a economiei sunt explicate prin viața de zi cu zi. Toată lumea se confruntă cu relații de producție, relații de proprietate, relații tehnico-economice, socio-economice etc. Prin urmare, în conștiința de zi cu zi, ideea mecanismului de reglementare de stat a economiei este asociată cu gestionarea rațională a economiei, utilizarea eficientă a fondurilor și resurselor etc.

Dezvoltarea societății, reproducerea ei constantă se realizează în unitatea tuturor sferelor vieții și relațiilor sociale. Dintre aceste relații, un loc fundamental îl ocupă relațiile economice, care în forma lor cea mai simplă sunt relații privind utilizarea rațională, eficientă a resurselor disponibile în condiții istorice, socio-economice specifice, determinate, în ultimă instanță, de relațiile de proprietate existente.

Mecanismul de reglementare de stat a economiei este determinat de două aspecte ale relațiilor economice, care sunt strâns legate între ele, în același timp diferite și au o anumită independență. Aspectul utilizării raționale a resurselor și mijloacelor de producție existente, precum și reproducerea acestora, sunt tehnice și economice și sunt determinate de proprietățile acestor resurse și de capacitățile tehnologice disponibile. Pe când aspectul care determină relațiile socio-economice, dezvoltându-se pe baza relațiilor tehnice și economice, este determinat direct de relațiile de proprietate într-o societate dată. Astfel, esența mecanismului de reglementare de stat a economiei, bazată pe caracteristicile relațiilor socio-economice de producție, primește o nouă confirmare în condițiile moderne, când se dezvoltă o varietate de forme de proprietate bazate pe bazele tehnice și economice existente. este utilizat pentru formarea și dezvoltarea activă a economiei.

Mecanismul de reglementare de stat a economiei formează un sistem. Fiecare metodă de producție are propriul său sistem de relații de producție și, în consecință,

propriul său mecanism de reglementare de stat a economiei. Mai mult, un rol deosebit și decisiv în fiecare sistem îl joacă legea economică de bază, care exprimă trăsăturile cele mai esențiale ale acestor raporturi de producție.

Mecanismul de reglementare de stat a economiei se bazează, în primul rând, pe interdependența necesară între cele două părți ale producției sociale. Aceasta este corespondența relațiilor de producție cu natura și nivelul forțelor productive, care operează în toate etapele dezvoltării istorice a societății și determină principalele obiective ale mecanismului de reglementare a economiei. Pentru a accelera progresul socio-economic al societății, este necesar să se îmbunătățească constant relațiile de producție, să se mențină corespondența stabilă a acestora cu forțele productive în curs de dezvoltare dinamică pentru a preveni stagnarea în dezvoltarea producției, precum și să identifice și să rezolve prompt contradicțiile care apar între ei.

Mecanismul de reglementare de stat a economiei reflectă conexiunile interne necesare între fenomenele și procesele vieții economice a societății. Particularitatea mecanismului de reglementare de stat a economiei se manifestă prin faptul că aplicarea acestuia necesită activitatea activă și organizată a oamenilor pentru atingerea obiectivelor dezvoltării economice. Cunoașterea științifică și o stăpânire mai completă a acestui mecanism permit membrilor societății să acționeze în direcții dictate de condițiile economice obiective și, prin urmare, să-și îmbunătățească activitățile economice în conformitate cu nevoile stringente și să accelereze dezvoltarea forțelor productive.

Mecanismul de reglementare de stat a economiei, formând o structură complexă bazată pe relațiile de producție în societate, legile economice și o anumită metodă de producție, diferențiază un proces economic complex în elementele sale simple. Acest lucru se realizează prin analiză, cu ajutorul căreia se clarifică rolul și semnificația fiecărui element individual, relația lor cauză-efect în cadrul unui singur, dar complex organism economic. După ce rolul fiecărui element este clarificat, toate sunt combinate într-un singur întreg organic. Legătura internă dintre ele și interacțiunea lor sunt studiate pe bază de sinteză.

Principala problemă în studierea mecanismului de reglementare de stat a economiei este în identificarea conținutului acestuia. Pentru aceasta este necesar: să se determine relațiile de producție și economice incluse în mecanismul de reglementare a statului; stabilirea gradului de adecvare a formelor economice de management la fundamentele obiective ale sistemului economic.

Rezolvarea problemei relației dintre mecanismul de reglementare de stat și sistemul de producție și relații economice este asociată cu identificarea aceluia strat al acestora care acoperă forme specifice de management economic. Relațiile de însușire de natură profundă se manifestă prin activitatea economică și se desfășoară întotdeauna în anumite forme organizatorice. Aceste forme reflectă atât tipul de producție și relațiile economice, cât și nivelul de dezvoltare al forțelor productive.

Prin urmare, în cadrul relațiilor de producție și economice, există în mod obiectiv un strat care exprimă interacțiunea acestora cu forțele productive, inclusiv cu elemente organizaționale. Se creează astfel un subsistem special care caracterizează producția din perspectiva organizării acesteia (forma de management) - relații organizaționale și economice, care determină conținutul general al conceptului de „mecanism de reglementare a statului”. În plus, fiind situate în stratul de suprafață, relațiile organizatorice și economice sunt influențate de elemente suprastructurale. În acest sens, mecanismul de reglementare de stat acționează ca o verigă care mediază legătura dintre producție și relațiile economice și politica economică.

Mecanismul de reglementare de stat a producției și a relațiilor economice trebuie să țină cont de structura mixtă a subiecților relațiilor economice și să reglementeze economia cu respect maxim pentru interesele acestora. Trebuie subliniat mai ales că mecanismul de reglementare de stat nu poate fi implementat fără asigurarea necesară a formelor, metodelor și metodelor de reglementare conștientă a economiei. Astfel, mecanismul de reglementare de stat a economiei poate fi definit ca un ansamblu de forme economice specifice de management, metode de conducere, structuri organizatorice și forme juridice prin care se reglementează dezvoltarea economică a societății. În același timp, oricărui nivel de dezvoltare a forțelor productive îi corespunde o serie de forme generale de organizare a producției și management economic, indiferent de specificul relațiilor de producție și economice: structuri organizatorice de conducere a întreprinderilor (asociații), forme eficiente de inter -relațiile industriale, organizarea teritorială a producției etc.

Mecanismul de reglementare de stat, reflectând specificul sistemelor economice, cuprinde următoarele caracteristici principale: în primul rând, forme superficiale de producție și relații economice (sisteme de prețuri, impozite, salarii etc.); în al doilea rând, relațiile organizaționale și manageriale (sistemul organelor de conducere economică, repartizarea drepturilor și responsabilităților între niveluri de conducere, forme de autogovernare și participare a lucrătorilor la managementul economic etc.); în al treilea rând, un sistem de pârghii și stimulente economice; în al patrulea rând, un set de norme juridice care reglementează relațiile economice din societate.

Poziția generală a sistemului economic din țară are o influență semnificativă asupra formării mecanismului de reglementare a statului, deoarece determină condițiile formării unei piețe concurente și mediul de afaceri către care se îndreaptă acțiunea acestuia.

Baza fundamentală pentru formarea unui mecanism de reglementare de stat a economiei sunt obiectele și subiectele specifice ale reglementării. Obiectele de influență ale autorităților statului sunt determinate de un sistem de scopuri strategice stabilite în procesul de formare a politicii economice de stat. Procesul de formare a unui mecanism de reglementare de stat a economiei poate fi reprezentat în următoarea secvență:

- identificarea obiectelor specifice de reglementare și a scopurilor, transformate în criterii de reglementare (analog cantitativ al scopurilor);
- identificarea factorilor de reglementare care determină elementele obiectului reglementării și conexiunile acestora;
- stabilirea metodelor optime de influențare a factorilor de reglementare care specifică instrumentele, metodele și tehnologiile pentru realizarea sarcinilor atribuite;
- asigurarea unui set de resurse necesare (materiale, tehnice, financiare, sociale, instituționale etc.) reglementării obiectului, cu ajutorul cărora se implementează metode de reglementare și se asigură implementarea scopului strategic.

Nu există nicio îndoială că formarea unui mecanism de reglementare a statului necesită stabilitatea sistemului politic în țară și în regiuni individuale, acordul între toate ramurile guvernului și recunoașterea de către acestea a faptului că, fără dezvoltarea antreprenoriatului civilizat, economic creșterea economică, dezvoltarea efectivă a tuturor sectoarelor economiei și creșterea bunăstării societății sunt imposibile.

Caracteristicile esențiale ale mecanismului de reglementare de stat sunt relevate în funcțiile sale. Următoarele pot fi identificate ca caracteristici fundamentale:

- menținerea corespondenței între forțele productive în continuă dezvoltare și formele specifice de producție și relațiile economice;
- asigurarea implementării economice a raporturilor de proprietate, deși trebuie avut în vedere faptul că utilizarea unor forme de gestiune inadecvate caracteristicilor esențiale ale proprietății duce inevitabil la deformarea acesteia;
- coordonarea intereselor agenților producției sociale, care nu se poate realiza prin subordonarea unora altora, ci necesită combinarea acestora;
- implementarea politicii socio-economice, cu condiția ca scopurile și obiectivele acesteia să fie formate ca rezultat obiectiv al funcționării forțelor productive specifice și a relațiilor de producție și economice, în caz contrar ele nu pot constitui un factor de dezvoltare și nu vor fi implementate.

Funcționarea mecanismului de reglementare de stat este posibilă numai prin crearea unui subsistem juridic (mediu) adecvat dezvoltării pe termen lung a țării, care nu declară, ci stabilește clar drepturile, obligațiile (responsabilitățile) și garanțiile pentru cetățeni capabili să se angajeze în activități antreprenoriale sau în alte activități economice legale.

Având în vedere subsistemul instituțional-organizatoric, trebuie menționat că dezvoltarea acestuia este cea mai importantă condiție pentru funcționarea mecanismului de reglementare de stat, întrucât multe instituții (organizații) sunt elemente structurale (de specialitate) ale acestuia (organizații de credit și financiare; organizații de asigurări). ; instituții de învățământ pentru formarea personalului pentru organizațiile de afaceri etc.).

Funcționarea mecanismului de reglementare a statului este influențată în mare măsură de subsistemul public (opinia publică), care se formează în mass-media (radio, televiziune, periodice). În ciuda popularității largi și cunoașterii relative a importanței mecanismului de reglementare de stat a economiei, conceptul în sine rămâne insuficient de clar definit în teoria economiei. În general, mecanismul de reglementare de stat a economiei este considerat cea mai activă componentă a sistemului de reglementare de stat a economiei, asigurând influență asupra factorilor de stare de care depinde rezultatul activității obiectului reglementat .

Potrivit autorului, mecanismul de reglementare de stat a economiei este un element structural al sistemului de reglementare de stat a economiei, care include un set de forme, metode, mijloace, instrumente de influență a statului utilizate de autoritățile guvernamentale la nivel federal și nivelurile regionale în procesul de reglementare a producției și a relațiilor economice dintre entitățile economice în conformitate cu scopurile macroeconomice și obiectivele de dezvoltare ale țării.

Problema structurii mecanismului de reglementare de stat a economiei rămâne în prezent controversată. O analiză a literaturii științifice pe această temă duce la această concluzie. Autorul își propune să se considere structura mecanismului de reglementare de stat a economiei ca model organizatoric și economic al activităților de reglementare ale statului, pe baza legilor economice care determină funcționarea unei economii de piață.

Reglementarea de stat se realizează prin următoarele metode principale: reglementarea directă a economiei; impact indirect asupra economiei prin sfera monetară.

Intervenția directă a guvernului include și adoptarea de acte legislative menite să eficientizeze și să dezvolte relațiile dintre toate elementele sistemului de piață. Exemplele de reglementare de stat a economiei prin elaborarea actelor legislative sunt extrem de diverse, de exemplu, adoptarea Codului civil, Codului fiscal, legi împotriva practicilor comerciale restrictive (legi antitrust) etc.

Reglementarea guvernamentală directă a economiei este dezvoltată în primul rând în timpul războaielor. Metodele de astfel de reglementare pot fi foarte diverse. Statul unește antreprenorii pe industrie, atribuie funcții de monopol de stat consiliului cartelului, se angajează să achiziționeze materii prime pe piețele externe, introduce un sistem de carduri pentru distribuția bunurilor de larg consum etc.

Metodele directe de reglementare de stat au un impact direct asupra activităților entităților comerciale, le obligă să ia decizii bazate nu pe o alegere economică independentă, ci pe reglementări de stat. Setul de metode administrative acoperă acțiunile de reglementare legate de furnizarea infrastructurii juridice și urmărește crearea condițiilor legale care sunt cele mai favorabile sectorului privat. Funcțiile metodelor administrative sunt: asigurarea unui mediu legal stabil pentru viața de afaceri; protecția mediului concurențial; garantarea drepturilor de proprietate și a libertății de a lua decizii economice. În țările cu forme dezvoltate de

relații de piață, metode administrative de reglementare politice economice în condiții normale sunt puțin folosite. În situații critice (în timpul războaielor, o criză a economiei etc.), rolul acestor metode de reglementare crește brusc. Gradul de aplicare a metodelor administrative variază în funcție de sfera economiei naționale. Metodele administrative sunt împărțite în măsuri de interdicție, măsuri de permis și măsuri de constrângere.

Intervenția indirectă presupune implementarea reglementărilor guvernamentale prin utilizarea principalelor instrumente ale politicii economice de stat, care sunt politica fiscală și monetară. Ambele domenii ale politicii publice sunt strâns legate între ele.

Reglementarea indirectă a economiei se realizează prin utilizarea sistemului monetar. Statul ia măsuri pentru prevenirea falimentului monopolurilor industriale și bancare, acordând subvenții și împrumuturi preferențiale. Statul intervine în procesul de reproducere prin modificarea ratei dobânzii la instituțiile de credit și a sumei impozitelor pe averea privată, stimulând sau încetinind investițiile. Activitățile statului au ca scop menținerea situației economice, depășirea dificultăților și dezechilibrelor care apar în cursul producției.

Metodele indirecte de reglementare de stat a economiei presupun folosirea instrumentelor de influență a statului asupra antreprenoriatului privat pentru a asigura proporții macroeconomice de reproducere extinsă. Cu alte cuvinte, atunci când sunt utilizate, statul nu se amestecă direct în procesul decizional al entităților economice. Ea creează doar premisele pentru ca subiecții să graviteze spre acele opțiuni care corespund obiectivelor politicii economice de stat atunci când își fac propriile alegeri. Avantajul metodelor indirecte de influență este că nu perturbă situația pieței, dar dezavantajul este un anumit decalaj de timp care apare între momentele în care statul ia măsuri, reacția economiei la acestea și schimbările reale ale rezultatelor economice. Metodele indirecte pot avea diferite grade de influență asupra subiecților care iau decizii independente: impozitele și taxele, de exemplu, au un impact destul de activ, în timp ce furnizarea de informații economice sectorului pieței, deși implementată economic în interesul politicii publice, nu are provocă o reacție atât de gravă din partea agenților pieței. După criteriul organizațional și instituțional, metodele indirecte sunt de obicei clasificate drept măsuri economice de reglementare de stat. Aceste măsuri de reglementare sunt asociate fie cu crearea unui stimulent financiar suplimentar, fie cu pericolul de prejudiciu financiar. Măsurile economice cele mai frecvent utilizate sunt: măsurile de politică financiară (bugetar, fiscal); instrumente de politică monetară; prognoza, planificarea și programarea economiei; impactul sectorului public al economiei, care este un instrument cuprinzător independent.

O economie de piață matură își asumă în principal influența indirectă a statului asupra unei entități economice, ceea ce asigură libertatea în luarea deciziilor economice private. În condițiile unei economii transformate (sau în caz de criză),

echilibrul metodelor ar trebui să devină diferit: reglementarea bugetară (adică directă) iese în prim-plan. Elaborarea de previziuni, planuri și programe orientative - o variantă de influență indirectă a guvernului - are un caracter de recomandare pentru sectorul privat și are ca scop furnizarea comunității de afaceri cu informații care să le permită să aleagă cea mai bună modalitate de implementare a sarcinilor curente și viitoare.

În funcționarea mecanismului de reglementare de stat a economiei se disting următoarele forme de reglementare:

- reglementare pe termen lung (a priori), realizată în principal sub formă de programare și destinată soluționării în primul rând a problemelor dezvoltării și creșterii producției, îmbunătățirii forțelor productive, dezvoltării sociale;
- reglementarea curentă (posterior), realizată prin diverse măsuri de natură oportunistă și destinată, în primul rând, menținerii unei producții echilibrate;
- reglementarea actuală pe termen lung, realizată în principal prin programe speciale de menținere a unei economii echilibrate .

Se recomandă includerea în schema de reglementare a obiectelor de influență care sunt influențate în mod specific de stat: cererea, oferta, prețurile, veniturile; diverse sisteme, structuri și relații; elemente individuale. Prin influențarea oricăruia dintre obiecte, starea își schimbă dimensiunea și comportamentul, influențând astfel alte subsisteme și elemente.

Programarea economică este cea mai înaltă formă de intervenție a statului în procesul de reproducere, care se realizează pe baza acordurilor dintre stat și monopoluri. Include: elaborarea prognozelor de dezvoltare economică pentru perioada următoare; determinarea obiectivelor cele mai generale ale politicii economice pentru toată economia ei în ansamblu; coordonarea acțiunilor întregului aparat de stat în implementarea programului planificat.

Sistemul de programare include nu numai planuri economice generale, ci și programe de natură limitată: dezvoltarea industriilor și regiunilor individuale. Planurile pe termen mediu pot fi completate și rafinate prin planuri pe termen scurt. Se numesc bugete economice. În sens literal, bugetele economice nu sunt o detaliere a programelor pe termen mediu pe an - ele sunt elaborate independent de acestea, dar în partea lor constructivă, bugetele nu pot să nu țină cont de contururile pe termen mediu. Ambele forme de programare sunt interdependente, dar mai degrabă coexistente sau complementare decât subordonate.

Programarea este însoțită și de o formă mixtă de reglementare, cunoscută sub denumirea de planuri de stabilizare, prin care sunt rezolvate atât sarcinile pe termen lung, cât și cele curente pentru a menține o producție echilibrată și o dinamică mai uniformă a acesteia. În esență, planurile de stabilizare aparțin reglementării pieței. Dar în măsura în care servesc la combaterea dezechilibrelor structurale, ele pot fi considerate atât o formă de reglementare structurală, cât și, prin urmare, un element al unui sistem de programare. De menționat că doar unele programe private și planuri

de stabilizare sunt supuse implementării obligatorii, dar implementarea lor poate fi oprită în orice moment. În ceea ce privește planurile pe termen mediu și bugetele economice, acestea sunt de natură consultativă și implementarea lor nu este strict obligatorie.

Faptul că planurile sunt de recomandare nu înseamnă că nu sunt realizate: planurile pot fi realizate dacă este nevoie să le realizeze. Planurile sunt un ghid de acțiune, dar nu o dogmă. Planurile sunt linii directoare, nu restricții stricte. Programele pe termen mediu sunt supuse ajustării și uneori anulării parțiale sau totale a acțiunii lor .

În stadiul actual al dezvoltării economice, metodele matematice de planificare economică sunt utilizate pe scară largă. Acestea din urmă reprezintă utilizarea tehnicilor matematice pentru a efectua calcule planificate, inclusiv în compilarea diferitelor tipuri de modele economice. Metodele de planificare matematică se bazează pe modelarea matematică a proceselor economice. Modelele matematice permit stabilirea influenței unui complex de diverși factori în dezvoltarea economică, testarea ipotezelor științifice, crearea diferitelor tipuri de planuri și programe și apoi alegerea cursului optim de acțiune. Modelele matematice ale proceselor economice reprezintă o formalizare a cunoștințelor și o anumită simplificare a proceselor economice. Prin urmare, ele necesită întotdeauna o justificare teoretică profundă și teste practice. Utilizarea modelării matematice în reglementarea economică presupune utilizarea pe scară largă a tehnologiei informatice, formarea unui sistem special de selecție, contabilitate și prelucrare a informațiilor.

Având în vedere esența reglementării de stat a economiei, este necesar să se abordeze problema planificării. Natura conștientă a reglementării de stat a sistemului economic, prezența diferitelor tipuri de programe și planuri indică faptul că reglementarea este legată de organizarea economică, care este de obicei calificată așa cum a fost planificată. Dacă rămânem în cadrul activităților de reglementare ale statului însuși, atunci putem ajunge la concluzia despre natura sistematică a reglementării. O astfel de concluzie își pierde însă certitudinea de îndată ce se ia în considerare interacțiunea statului cu economia, monopolizată de mecanismul pieței concurențiale. Se pare că reglementarea nu numai că nu comunică producției sociale natura procesului organizațional planificat, dar nici nu se realizează ea însăși ca organizație planificată.

Autorul ajunge la concluzia că reglementarea nu poate înlocui o organizare competitivă a pieței este obligată să se adapteze la aceasta și să fie implementată ca subsistem al acestei organizații. Oricare ar arăta reglementarea, în cele din urmă este întotdeauna implementată ca o organizație de piață competitivă. Natura și esența reglementării sunt duale: este atât o formă planificată, cât și neplanificată, dar „prezența” planificării aici este de așa natură încât organizarea efectivă planificată a producției sociale nu este realizată. Natura duală a reglementării determină

contradicția internă între tendința spre o organizare sistematică și implementarea efectivă a acesteia pe piață competitivă. Cel mai mult despre care se poate vorbi sunt elementele de planificare în cadrul reglementării de stat, iar apoi cu un grad mare de condiționalitate.

O trăsătură distinctivă a planificării este concentrarea acesteia pe interesele naționale, pe asigurarea scopurilor procesului de producție. Nevoia de planificare la scara întregului sistem economic apare odată cu creșterea nivelului de socializare a producției, precum și odată cu formarea unui singur complex economic național în care: producția, distribuția, schimbul și consumul la scară națională .

Planificarea ca formă de mișcare și dezvoltare a sistemului economic determină legăturile economice sociale directe, relațiile tuturor membrilor societății. Ea exprimă nevoia de a coordona dintr-un singur centru activitățile practice ale oamenilor din toate sferile vieții prin previziunea științifică și gestionarea proceselor socio - economice. Relațiile de planificare exprimă nevoia obiectivă de management coordonat la scară societală, în detrimentul societății și atingerea scopului de producție - bunăstare din ce în ce mai completă și dezvoltare cuprinzătoare a tuturor membrilor societății. Planificarea face posibilă reglarea întregii producții sociale ca proces conștient, ca mișcare conștientă către un scop, pentru a limita posibilitatea de spontaneitate și pentru a asigura o mai mare coerență între sarcinile atribuite, scopurile și rezultatele obținute. Planificarea acționează ca o formă de reglementare de stat a economiei în organizarea producției sociale, asigurând o mai mare conformitate a relațiilor de producție cu nivelul și natura dezvoltării forțelor productive.

Instrumentele de influență ale statului asupra economiei pot fi considerate ca un ansamblu de instrumente utilizate de stat, care reflectă specificul scopurilor guvernamentale și al relațiilor economice. Instrumentele de reglementare pot fi clasificate după cum urmează. Gestionarea proprietății statului, instrument de influență economică - consumul guvernamental, cheltuielile sociale, politica bugetară, fiscalitatea, reglementarea circulației banilor și acordarea de împrumuturi, finanțare. Reglementarea financiară selectivă, instrument de influență administrativă și economică - control asupra sistemului de creditare, venituri, prețuri, contracte. „Stabilizatori încorporați”, instrument de influență administrativă realizat prin introducerea de restricții legislative sau administrative care nu afectează circulația factorilor de cost, metodele de influență a informației, precum și legislația și inspecția economică de stat.

Astfel, autorul își propune să înțelegem funcționarea mecanismului de reglementare de stat a economiei ca acțiuni intenționate ale statului de a coordona relațiile economice dintre entitățile economice atât în interiorul țării, cât și între țări în conformitate cu scopurile și obiectivele naționale. Principalele tipuri de activități care determină funcționarea mecanismului de reglementare de stat în economia națională sunt activitățile economice interne și cele economice externe.

Principalele activități economice interne includ: comerțul intern; utilizarea resurselor interne de muncă; cooperarea în sectorul bancar; cooperarea investițională intranațională; cooperarea națională de producție; cooperarea științifică și tehnică intranațională; întreprinderile naționale; formarea zonelor economice; turism.

Principalele activități economice externe includ: comerțul exterior; utilizarea forței de muncă străine; cooperarea în sectorul bancar; cooperarea internațională pentru investiții; cooperarea internațională în producție; cooperare științifică și tehnică internațională; asociații în participațiune; formarea zonelor economice de liber schimb; turismul străin.

Mecanismul de reglementare de stat a economiei, ca element structural al sistemului de reglementare de stat, afectează cantitativ și calitativ toate sectoarele economiei naționale. Structura mecanismului depinde de caracteristicile instituționale ale puterii de stat, dar este mobilă și dictată de nevoile dezvoltării științifice, tehnice, socio-economice, de relația dintre diversele forme de proprietate și este indisolubil legată de formarea și dezvoltarea forțelor politice ale statului, schimbări în prioritățile politicii lor economice.

Bibliografie:

1. DARLING, J. R. Crisis Management in International Business. Keys to Effective Decision Making. In: Leadership and Organization Development Journal, 1994, vol.15.
2. PORTER, M. Concurența internațională: prioritate la concurenței. Economie, 1993.

CONCEPTE TEORETICE ALE BUNURILOR PUBLICE

Raisa Dușcov, CSAF
Andrea Plămădeală, IPF-041, CSAF

Abstract. Sectorul bunurilor publice ocupă unul dintre rolurile prioritare în planificarea strategică a dezvoltării sociale. Îndeplinind funcția de formare a stabilității sociale, oferă societății atât condițiile instituționale de bază pentru formarea potențialului uman, cât și infrastructura pentru dezvoltarea afacerilor. În conformitate cu principiul antropocentrismului, „omul, scopurile, nevoile și atitudinile sale sunt epicentrul dezvoltării socio-economice”. Dacă analizăm economia și tehnologia sunt mijloacele, dar persoană, bunăstarea sa materială, fizică și morală sunt principalii indicatori sociali ai progresivității sau regresivității politicii urmate.

Abstract. The public goods sector occupies one of the priority roles in the strategic planning of social development. Fulfilling the function of forming social stability, it provides society with both the basic institutional conditions for the formation of human potential and the infrastructure for business development. According to the principle of anthropocentrism, "man, his goals, needs and attitudes are the epicenter of socio-economic development". If we analyze the economy and technology are the means, but the person, his material, physical and moral well-being are the main social indicators of the progressiveness or regressiveness of the policy followed.

Cuvinte cheie: bunuri publice; teorii de bunuri publice; concepte de bunuri publice; funcțiile statului; proprietate privată; soluție la problemele sociale.

Introducere

Cunoașterea esenței bunurilor publice și a reproducerii lor, precum și a conținutului, factorilor și funcțiilor lor, își are originea în conceptele teoretice și metodologice ale economiștilor secolului al XVII-lea. G. Vechkanov a remarcat în mod corect că la acea vreme „problema bunăstării publice era redusă la rolul activ al comerțului”, principalele funcții ale statului - acumularea de metale prețioase și asigurarea unei balanță comerciale pozitive, au reglementat și gestionarea economiei statului. Criticii conceptului de mercantilism au fost fiziocrații. Ei au negat rolul principal al comerțului exterior ca sursă de creștere a bogăției națiunii și au crezut că statul nu ar trebui să interfereze cu funcționarea legilor care creează ordinea naturală. Furnizarea de bunuri publice populației a fost realizată pe baza inițiativei private.

Rezultate și discuții

Condițiile prealabile pentru apariția teoriei bunurilor publice apar în studiile reprezentanților economiei politice clasice (W. Petty, A. Smith, J. Say, J. Mill și alții). W. Petty s-a opus categoric intervenției statului dacă aceasta contrazicea legile naturale și ca și fiziocrații, era un susținător al individualismului. Cu toate acestea, în lucrările sale, printre principalele cheltuieli ale statului, el evidențiază costurile educației, întreținerea orfanilor și a persoanelor infirme, „costul drumurilor, râurilor navigabile, conductelor de apă, podurilor, porturilor și altor articole necesare în beneficiul tuturor”. Smith credea că intervenția statului în economie ar trebui redusă la minimum și i-a atribuit doar rolul de „paznic de noapte”, se remarcă una dintre principalele funcții ale suveranului Smith stabilește obligația de a crea instituții, „a căror menținere nu poate fi în interesul indivizilor sau al grupurilor mici, deoarece profitul obținut din acestea nu va putea niciodată să plătească costurile unui individ sau ale unui grup mic” și evidențiază un articol separat obligațiile de a furniza bunuri publice, inclusiv „întreținerea unor astfel de lucrări publice pentru comerțul oricărei țări, cum ar fi drumuri bune, poduri, canale navigabile, porturi etc.”. J. B. Say, predeterminând disponibilitatea bunurilor publice, a scris: „Indiferent de nevoile indivizilor și ale familiilor lor, pe care sunt forțați să le restricționeze, indivizii din societate au nevoi comune care nu pot fi satisfăcute individual pentru toată lumea prin concurență. Iar concurența în sine nu poate fi realizată fără stabilirea ordinii, care necesită subordonarea tuturor indivizilor sub o anumită formă de guvernare, „Laisser-faire ar trebui să fie o regulă generală, dacă o astfel de abatere nu este forțată

de un mare beneficiu, va fi un rău evident”, a scris ultimul dintre reprezentanții școlii clasice, J. S. Mill. În același timp, s-a îndepărtat treptat de opiniile lui A. Smith, dându-și seama că sistemul de liberă concurență și proprietate privată nu era capabil să ofere o soluție la problemele sociale care nu garantau un profit suficient.

Omul de știință a evidențiat o serie de cazuri în care este nevoie să se furnizeze servicii importante societății, dar nu există nimeni care să fie deosebit de interesat de furnizarea acestor servicii, iar performanța lor în sine nu este însoțită de o recompensă adecvată în cursul natural sau spontan al lucrurilor și fără să știe, a fost primul care a dat peste conceptul fundamental al teoriei bunăstării – „bunuri publice”. Mill a scris, de asemenea, faimosul exemplu al farului de mare, care dezvăluie proprietățile de bază ale unui bun public – imposibilitatea de a nu consuma și imposibilitatea de a percepe taxe pentru indivizi. după o analiză detaliată a cauzelor crizei economice grave din 1815-1817, S. Sismond a ajuns la concluzia că statul ar trebui să acționeze ca garant al securității populației, protejând în același timp temporar distribuția inegală a beneficiilor economiei naționale între membrii societății este concepută pentru ai proteja pe cei care au grijă de bunăstarea socială a populației, ale cărei criterii sunt „protecția, educația, dezvoltarea morală și mulțumirea fizică” reprezentanții școlii economice marxiste (K. Marx, F. Engels) se opuneau principiului laissez-faire și considerau consumul individual ca bază a producției sociale, în opinia lor, statul produce toate beneficiile pentru populație, iar resursele naturale, pe care K. Marx le numește „un dar gratuit” în lucrarea sa principală, sunt recunoscute ca bunuri publice. În general, în teoria marxismului, principiul primatului intereselor de clasă împiedică statul să furnizeze bunuri publice întregii societăți, adică bunurile publice nu sunt furnizate în interesul unui individ, ci în interesul unei clase. Având în vedere reproducerea bunurilor publice, trebuie remarcat faptul că teoria marxistă a reproducerii, în care reproducerea este analizată nu numai în bani, ci și în natură, are un caracter fundamental. K. Marx a înțeles reproducerea ca „funcționarea periodic regenerabilă a capitalului productiv” și a considerat reproducerea ca un proces de producție, distribuție, schimb și consum, luat în repetare continuă. Conform teoriei lui Marx, procesul de reproducere este o unitate de trei aspecte: reproducerea mijloacelor de producție (mijloace de muncă și obiecte de muncă), reproducerea forței de muncă și reproducerea relațiilor de producție. Resursele naturale în esența lor aparțin bunurilor materiale, adică mijloacelor de producție, dar, în consecință, reproducerea bunurilor publice este o componentă importantă în sistemul de reproducere socială, iar schema lui Marx a procesului de reproducere este ușor aplicabilă la demonstrarea interferenței statului în producția de bunuri publice. Astfel, în etapa de producție a bunurilor publice, se folosesc fonduri de la bugetul federal, subvenții și acordarea de beneficii fiscale; În faza de distribuție, bunurile publice pot fi furnizate în conformitate cu standardele restrictive de consum sau conform cerințelor, faza de schimb se caracterizează prin stabilirea unor prețuri fixe maxime și minime pentru anumite tipuri de bunuri publice.

Din cele de urmă, în faza de consum, statul stabilește obligația de a consuma, oferă subvenții specifice și stabilește deduceri fiscale, de exemplu, pentru serviciile

educaționale și medicale. Mijlocul secolului al XIX-lea este caracterizat de apariția unor noi doctrine istorice. De exemplu, în Germania și Italia, au început să se dezvolte noi abordări ale doctrinei statului și, în consecință, ale teoriei sectorului public. Economistul german A. Scheffle a formulat regula satisfacției proporționale, conform căreia nevoile publice sunt satisfăcute de stat, iar nevoile individuale sunt satisfăcute prin funcționarea mecanismelor pieței. a. Wagner a formulat legea extinderii activității statului, a cărei cauză a fost urbanizarea și nevoile în creștere ale populației, și a considerat că valoarea veniturilor fiscale ar trebui să depindă direct de mărimea acestor factori. În același timp, distribuția veniturilor fiscale ar trebui să fie orientată social și realizată exclusiv de stat. Natura specială a bunurilor publice constă în faptul că consumul lor nu poate fi decât comun și egal: cu cât o gospodărie primește mai mult, cu atât mai mult, și nu mai puțin, merge la oricare alta. Pentru prima dată în 1890, U. Mazzola, un om de știință italian care a scris despre problema finanțelor publice, F. Nitti, a evidențiat nevoile colective și serviciile publice indivizibile (pace internă și securitate externă, protecție teritorială, justiție, igienă publică etc.). El a remarcat că indivizii nu pot satisface singuri nevoile colective, așa că este necesar să se asigure că cheltuielile comune sunt plătite prin impozite.

Secolul al XX-lea este caracterizat de apariția unor noi idei despre ce funcții ar trebui să îndeplinească statul, cum să răspundă nevoilor populației în bunuri publice. Categoria utilității subiective ca bază a bunurilor publice a fost dezvoltată de reprezentanții școlii austriece a marginalismului (K. Menger, F. Wieser, O. Böhm-Bawerk). Dezvoltatorii teoriei utilității marginale și ai teoriei productivității marginale au atribuit un rol decisiv interesului individual. Fără îndoială, o înțelegere clară a esenței bunurilor sociale a apărut în cadrul teoriei neoclasice (A. Marshall, C. Wickse, W. Pareto, A. Pigou, E. Lindahl și P. Samuelson). A. Marshall, împreună cu bunurile economice personale, distinge bunurile „care sunt comune vecinilor” și aparțin unei persoane și vecinilor săi în mod egal. Aceste beneficii includ beneficiile pe care le primește o persoană din locuirea într-un anumit loc și la un anumit moment și din apartenența la un stat sau comunitate. Acestea includ securitatea civilă și militară, dreptul și oportunitatea de a folosi proprietatea statului și utilitățile publice, cum ar fi drumurile, iluminatul cu gaz etc., și dreptul la protecție judiciară sau educație gratuită, a susținut el A. Marshall. El numește beneficiile enumerate nu publice, ci colective. Din punctul său de vedere, bunurile colective nu sunt proprietate privată și sunt libere de utilizat. Continuând linia lui E. Sachs, care a conectat nevoile de bunuri publice exclusiv cu preferințele individuale și credea că volumul ofertei lor ar trebui determinat prin vot, Wickse a adăugat la aceasta principiul marginalist al egalității de preț la utilitatea marginală a unui bun și a stabilit necesitatea diferențierii prețurilor pentru bunurile publice. Punctul central al teoriei lui K. Wickse a fost „principiul politicii fiscale sănătoase”, conform căruia bunurile care sunt cele mai utile societății ar trebui finanțate prin impozite percepute pe cei mai solvabili cetățeni.

Proprietățile bunurilor publice (non-excludabilitate, non-rivalitate, imposibilitatea de a nu consuma), a căror interpretare modernă aparține lui P. Samuelson și R. Musgrave, au fost formulate încă din 1919 de E. Lindahl în lucrarea

sa „Fair Fiscalitatea- teoria pozitivă” (1919). Propunând diferențierea costului bunurilor publice pe grupuri de contribuabili, Lindahl a ajuns la concluzia despre „dependența puternică a prețurilor impozitelor de utilitatea marginală a unui bun public pentru fiecare dintre aceste grupuri” și „a formulat o concluzie despre un echilibru efectiv, care se realizează în punctul de intersecție combinarea curbei ofertei cu curba cererii agregate obținută prin însumarea verticală a curbelor cererii individuale”. A. Pigou a dezvoltat conceptul de efecte externe ale lui Marshall. apar atunci când acțiunile unui agent economic dăunează sau aduc beneficii neintenționate altor agenți economici, în urma cărora costurile sau beneficiile personale ale activității diferă de costurile sau beneficiile sociale reale. Astfel de cazuri de "eșecuri ale pieței", credea el, necesită intervenția statului sub formă de taxe sau subvenții pentru a elimina diferența dintre raportul cost-beneficiu privat și social. Este important din punct de vedere metodologic să luăm în considerare teoria dezvoltată de P. Samuelson, în care introduce pentru prima dată conceptul de bine public. În articolul său "Teoria pură a cheltuielilor guvernamentale" (1954), omul de știință a dat o definiție clasică a bunurilor publice (colective) ca bunuri, pe care toată lumea le consumă împreună, în sensul că consumul unui astfel de bun de către fiecare individ nu duce la o reducere a unui astfel de consum de către niciun alt individ și a formulat, de asemenea, condițiile pentru echilibrul bunurilor publice, obținut prin însumarea normelor individuale marginale de substituție. Fiind un susținător al creșterii rolului economic al statului în economie, economistul consideră că apărarea națională, securitatea socială a cetățenilor, activitățile poliției etc. ar trebui să cadă sub control și reglementare directă.

Neoclasiștii austrieci contemporani (M. Rothbard) refuză să recunoască existența unei teorii a bunurilor publice, considerând că nu există diferențe esențiale între bunurile private și cele publice. Credem că este mai corect să vorbim despre stabilirea unei limite rezonabile a participării guvernului în economie, mai degrabă decât despre negarea totală a acesteia. Un alt pas decisiv spre studiul bunurilor publice a fost făcut în teoria și metodologia instituționalismului (T. Veblen, J. Commons și alții). Ei au studiat economia ca parte a sistemului social, crezând că preferințele oamenilor sunt formate de societate. Însuși conceptul de bunuri publice este definit de instituționaliști ca bunuri disponibile fiecărui individ gratuit, fără restricții de utilizare, iar mișcărilor lor sunt explicate doar de factori instituționali.

Neo-instituționaliștii (R. Coase, C. Arrow, J. Buchanan, M. Olson) au continuat să studieze categoriile economice de bază ale neoclasicismului, oferindu-le o interpretare mai profundă. Ei s-au opus abaterii neoclasică de la principiul neamestecului statal, crezând că bunurile publice sunt consumate colectiv, indiferent dacă sunt plătite sau nu. Teorema lui Coase confirmă marea importanță a costurilor de tranzacție și sună după cum urmează: În condiții de concurență perfectă, costurile private și sociale sunt egale. Coase crede că dacă există un efect extern, problema poate fi rezolvată fără participarea statului. Ideile lui Arrow sunt reflectate în "teorema imposibilității", în care funcțiile de utilitate individuală ale unui grup de persoane egale sunt reduse la funcția de utilitate generală a acestui grup. Arrow a subliniat că principalul motiv pentru care piața nu poate oferi o alocare optimă a

resurselor este prezența externalităților. În anii 1950 și 1960, teoria alegerii publice a prins contur în Statele Unite, ai căror susținători (J. Buchanan, G. Tullock, M. Olson și alții) au pus la îndoială eficacitatea intervenției statului în economie. După cum scrie rabinul Nureyev: ... oamenii de știință ai acestei școli demontează în mod constant mitul statului, care nu are alte scopuri decât preocuparea pentru interesele publice. Reprezentanții teoriei alegerii publice au încercat să extindă principiile individualismului, inclusiv la activitățile statului. M. Olson dă propria sa definiție a bunurilor publice (colective). Din punctul său de vedere, este "orice bun sau serviciu care îndeplinește următoarea cerință: dacă este consumat de orice individ X_i din grupul $X_1 \dots X_i \dots X_n$, atunci pot fi consumate de toți ceilalți membri ai grupului". Din această definiție rezultă necesitatea de a deține bunuri publice cu proprietatea inepuizabilității. "Este absolut imposibil să evităm protecția oferită de armată, poliție și instanțe celor care nu doresc să împartă voluntar costurile de menținere a guvernului, prin urmare, impozitarea este necesară", subliniază omul de știință. În cazul excluderii, avem de-a face cu un bun privat. Analizând raționalitatea individuală în alegerea socială, J. Buchanan a concluzionat că bunurile publice pot fi definite doar prin evaluări individuale și că "deciziile de grup sunt rezultatul unei combinații de decizii individuale luate într-un anumit mod". cu ajutorul unei reguli speciale de luare a deciziilor". La sfârșitul anilor 1950, profesorul american R. Musgrave a continuat să dezvolte teoria bunurilor publice a lui Samuelson, formulându-și conceptul de bunuri semnificative din punct de vedere social (meritorii, meritate), conform căruia această categorie include bunurile pe care indivizii sau societatea le consumă, pornind de la conceptul de nevoie și nu de capacitatea și dorința de a plăti pentru ele. Cu alte cuvinte, acestea sunt bunuri publice care au o externalitate pronunțată, care poate fi combinată cu un bun exclus al consumului comun. Printre economiștii ruși care studiază problemele reproducerii bunurilor publice, ar trebui să fie evidențiați G. Akhinov, L. Yakobson, E. Zhiltsov și A. Y. Rubinstein. Potrivit lui Ahinov, statul intervine în economie pentru a suplimenta piața și nu doar pentru a o corecta.

Concluzii

În lucrările sale, L. Jacobson identifică caracteristicile bunurilor publice, analizează posibilitățile de înlocuire a bunurilor publice cu cele private, oferă propria clasificare și subliniază importanța costurilor de tranzacție. Analizând proprietățile bunurilor publice, Yakobson ajunge la concluzia că cu cât non-rivalitatea este mai puternic exprimată, cu atât este mai probabilă, celelalte lucruri fiind egale, cu atât este mai probabil să fie neexclusă, iar proprietățile neexcludere și non-rivalitate în sine sunt cu totul neexcludibile.

E. Zhiltsov subliniază rolul tot mai mare al potențialului creator al omului, care devine cu adevărat măsura tuturor lucrurilor, prin urmare este extrem de necesar, indiferent de situația economică din țară, să se crească cheltuielile statului pentru educație, deoarece acest lucru va duce la o scădere a nivelului șomajului, care este un teren propice pentru criminalitate, tulburări mintale și altele, creat de oamenii de știință ai teoriei neoclasice. Pe lângă cele publice și private, el evidențiază un grup special de bunuri patronate care sunt supuse tutelei statului. După ce am analizat

pozițiile teoretice și metodologice ale diferitelor școli și direcții, este posibil să se distingă trei abordări conceptuale diferite ale metodelor de reproducere a bunurilor publice: piață, reglementată central și mixtă.

Referințe bibliografice:

1. Einaudi L., Principi di scienza della finanza, Torino, 1945
2. Gruber, J. , Public Finance and Public Policy, Worth Publishers, (2005).
3. Hyman, D.N. , Public Finance. A contemporary Application of Theory to Policy, Thomson South – Western, Eighth Edition, (2005).

CULTURA FINANCIARĂ A IMM-urilor – FACTOR DE SPRIJIN ÎN ECONOMIA GLOBALĂ

*Maria Grigoraș, CSAF
Vlad Nicoară, PAA-031, CSAF*

Abstract: *The financial culture of small and medium-sized enterprises (SMEs) is an essential element for sustainable economic development globally. This report analyzes the importance of good financial education within SMEs, highlighting its role in effective resource management, access to finance, innovation, job creation and social impact. By highlighting these aspects, a clear picture emerges of how SMEs contribute to the stability and growth of global economies.*

Rezumat: *Cultura financiară a întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri) este un element esențial pentru dezvoltarea economică sustenabilă la nivel global. Acest referat analizează importanța unei bune educații financiare în cadrul IMM-urilor, subliniind rolul acesteia în gestionarea eficientă a resurselor, accesul la finanțare, inovație, crearea de locuri de muncă și impactul social. Prin evidențierea acestor aspecte, se conturează o imagine clară a modului în care IMM-urile contribuie la stabilitatea și creșterea economiilor globale.*

Keywords - SMEs, economic development, sustainability, innovation, global economies.

Cuvinte-cheie – Imm-uri, dezvoltare economica, sustenabilitate, inovație, economii globale.

Introducere:

IMM-urile reprezintă coloana vertebrală a economiilor naționale, generând o mare parte din locurile de muncă și contribuind semnificativ la PIB. Conform statisticilor Uniunii Europene, IMM-urile constituie peste 99% din totalul întreprinderilor și asigură aproximativ două treimi din locurile de muncă. În acest context, cultura financiară devine un element crucial pentru succesul acestor entități. O cultură financiară bine dezvoltată permite IMM-urilor să își optimizeze procesele, să îmbunătățească gestionarea resurselor și să se adapteze la schimbările rapide din mediul economic.

Importanța culturii financiare în IMM-uri:

Gestionarea eficientă a resurselor: Cultura financiară este esențială pentru gestionarea eficientă a resurselor financiare. IMM-urile care dispun de cunoștințe solide în domeniul financiar pot realiza bugete precise, analiza fluxului de numerar și evalua rentabilitatea diverselor investiții. Aceasta le permite să aloce resursele în mod judicios, evitând risipa și maximizând profitabilitatea.

Exemplu: O întreprindere mică care implementează un sistem de management financiar bazat pe date poate observa, prin analiza periodică a fluxului de numerar, când trebuie să ajusteze cheltuielile sau să investească în noi oportunități de afaceri.

Acces la finanțare: Cunoașterea instrumentelor financiare disponibile este esențială pentru IMM-uri, în special în contextul accesului limitat la fonduri. O cultură financiară robustă le permite să navigheze pe piețele financiare, să redacteze planuri de afaceri convingătoare și să negocieze condiții favorabile de finanțare. Acest lucru nu doar că îmbunătățește șansele de succes, dar și contribuie la diversificarea surselor de venit.

Studii de caz: Analizând IMM-urile care au reușit să acceseze fonduri europene sau să obțină credite bancare, observăm că majoritatea dintre ele au prezentat un plan de afaceri bine structurat, bazat pe analize financiare solide.

Impactul asupra inovației și adaptabilității:

Inovație: O cultură financiară bine dezvoltată sprijină inovația în IMM-uri. Antreprenorii care sunt conștienți de importanța investițiilor în tehnologie și cercetare sunt mai predispuși să aloce resurse pentru dezvoltarea de noi produse și servicii. Aceasta nu doar că îmbunătățește competitivitatea IMM-urilor, ci contribuie și la progresul economic general.

Exemplu: IMM-urile din domeniul tehnologiei informației, care investesc constant în formarea angajaților și în cercetarea de piață, reușesc adesea să dezvolte produse inovatoare care răspund nevoilor în schimbare ale consumatorilor.

Adaptabilitate: Într-un mediu economic volatil, capacitatea de adaptare este crucială. IMM-urile care înțeleg gestionarea riscurilor financiare și planificarea pe

termen lung sunt mai pregătite să facă față crizelor economice. Cultura financiară îi ajută să anticipeze schimbările și să ia măsuri proactive pentru a-și proteja afacerea.

Exemplu: IMM-urile care au implementat strategii de gestionare a riscurilor financiare în timpul crizei COVID-19 au fost capabile să navigheze mai bine prin provocările economice, păstrându-și angajații și continuându-și activitatea.

Crearea de locuri de muncă și impactul social:

Crearea de locuri de muncă: IMM-urile sunt responsabile pentru o mare parte din locurile de muncă la nivel global. O bună cultură financiară le permite să crească și să se dezvolte, generând noi locuri de muncă și contribuind la reducerea șomajului. Creșterea acestora nu doar că îmbunătățește standardele de trai, dar contribuie și la stabilitatea socială.

Statistică: Conform unui raport al Organizației Internaționale a Muncii, IMM-urile au fost responsabile pentru 70% din locurile de muncă nou create în perioada post-criză economică.

Impactul social: Pe lângă contribuțiile economice, IMM-urile au un impact social semnificativ. Prin responsabilitatea socială, aceste întreprinderi pot sprijini comunitățile locale, pot promova inițiative sustenabile și pot investi în educație și formare. O cultură financiară puternică facilitează aceste demersuri, contribuind astfel la dezvoltarea comunităților.

Exemplu: IMM-urile care colaborează cu organizații non-guvernamentale pentru a sprijini educația copiilor din comunitățile defavorizate contribuie nu doar la dezvoltarea acestora, dar și la crearea unui mediu economic mai echitabil.

Politici și strategii pentru îmbunătățirea culturii financiare:

Educația financiară: Un aspect esențial în promovarea culturii financiare este educația. Guvernele și instituțiile financiare ar trebui să dezvolte programe de educație financiară destinate antreprenorilor și angajaților din IMM-uri. Aceste programe ar trebui să acopere subiecte precum gestionarea bugetului, strategii de economisire și investiții, și planificarea fiscală.

Sprijinul instituțiilor financiare: Băncile și alte instituții financiare au un rol crucial în sprijinirea IMM-urilor prin oferirea de produse financiare adaptate nevoilor acestora. Crearea unor linii de credit flexibile și oferirea de consultanță financiară pot ajuta IMM-urile să își dezvolte capacitățile financiare.

Colaborarea între sectorul public și privat: Parteneriatele între sectorul public și privat pot crea un mediu propice pentru dezvoltarea culturii financiare în rândul IMM-urilor. Proiectele comune de formare, seminarii și workshop-uri pot ajuta la creșterea nivelului de educație financiară și la promovarea bunelor practici în managementul financiar.

Discuții:

Necesitatea formării continue: Formarea financiară trebuie să fie un proces continuu, adaptat la schimbările din mediul de afaceri.

Colaborarea sectorului public și privat: O colaborare strânsă între aceste sectoare poate maximiza impactul educației financiare pentru IMM-uri.

Provocări în implementare: Lipsa de timp și resurse reprezintă obstacole majore, iar IMM-urile trebuie să înțeleagă beneficiile pe termen lung ale investiției în educația financiară.

Rolul tehnologiei: Platformele online pot oferi acces rapid la resurse educaționale, facilitând formarea.

Impact asupra durabilității economice: IMM-urile cu o cultură financiară solidă pot adopta practici de afaceri durabile, contribuind la o dezvoltare economică sustenabilă.

Concluzie

Cultura financiară a IMM-urilor este un factor cheie în sprijinul economiei globale. Prin gestionarea eficientă a resurselor, accesul la finanțare, inovație, crearea de locuri de muncă și impactul social, IMM-urile contribuie semnificativ la stabilitatea și creșterea economiilor. Investiția în educația financiară a antreprenorilor și angajaților nu este doar benefică pentru IMM-uri, ci reprezintă și o strategie viabilă pentru dezvoltarea economică pe termen lung. Este esențial ca politicile economice să promoveze educația financiară și sprijinul pentru IMM-uri, asigurându-se astfel un viitor economic mai stabil și mai prosper.

Rezultate:

Impactul educației financiare: Studiile arată că IMM-urile cu un nivel ridicat de educație financiară au performanțe superioare, cu o creștere a profitabilității de aproximativ 20% comparativ cu cele care nu participă la programe de formare. Accesul la finanțare este cu 30% mai ușor pentru IMM-urile educate financiar, facilitând obținerea de credite.

Inovație și adaptabilitate: IMM-urile care investesc în educația financiară demonstrează o capacitate mai mare de inovare. Analizele arată că acestea dezvoltă produse noi mai rapid și cu costuri mai reduse.

Bibliografie

1. <https://www.contabilsef.md/cultura-financiara-pentru-imm-uri>.
2. http://www.viitorul.org/files/library/POLITICI_PUBLICE_1_Finantare_IMM.pdf
3. https://irek.ase.md/jspui/bitstream/123456789/155/1/ec_2016_2_CucireviiV.pdf
4. <https://www.etoro.com/ro/investing/economic-factors/>
5. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Factorii%20generatori%20ai%20ri%20scului%20investitional_0.pdf
6. https://ro.wikipedia.org/wiki/Economia_mondial%C4%83
7. <https://administrare.info/domenii/economie/18855-factorii-determinan%C5%A3i-%C8%99i-efectele-globaliz%C4%83rii-economice>.

DEZVOLTAREA INDUSTRIEI TURISTICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Maria Grigoraș, UTM

Valeria Calancea, SHTA-241, UTM

Introducere

Conceptul noțiunii de turism face referire la domeniul economic cu diverse funcții complexe ce reunește un ansamblu de bunuri și servicii oferite spre consum persoanelor care călătoresc în afara mediului lor obișnuit, iar industria turistică are același înțeles, doar că pe plan mai larg. În Republica Moldova, turismul poate lua amploare. Cu suportul partenerilor de dezvoltare, au fost lansate mai multe programe de granturi, care au urmărit susținerea și dezvoltarea afacerilor durabile, rezistente, inovatoare și competitive în industria turismului din țară, în special în zonele rurale. De altfel, IMM-urile din zonele rurale sunt cele care se pliază pe viziunea și oferta turistică de țară, incluzând experiențe autentice trăite din plin în inima Europei, cu un mare potențial de a deveni un catalizator inovator pentru creșterea economică.

Totul începe de la noi, oamenii, iar o dată ce investim în propriile afaceri interne putem crea un sistem bine dezvoltat al industriilor turistice ce vor spori creșterea economică în țară. Acestea se pot dezvolta în dependență de preferințele consumatorilor.

Rezultate și discuții

În prezent, industria turistică reprezintă una din cele mai importante componente ale economiei mondiale, care atestă ritmuri înalte de dezvoltare, deoarece necesitățile umane în această direcție au o tendință de creștere continuă. Din considerente că suprafața Republicii Moldova este destul de modestă, apare necesitatea adaptării acesteia în vederea atragerii vizitatorilor străini, și totodată trebuie de promovat activitățile turistice de către populația autohtonă prin aplicarea la turism intern și internațional.

Un interes deosebit în vederea estimării nivelului de atractivitate a Republicii Moldova pentru turiștii străini îl prezintă analiza în dinamică a numărului de sosiri ale vizitatorilor străini în țară. Cu toate acestea dezvoltarea industriei turistice în Republica Moldova a evoluat semnificativ în ultimele decenii, cu scopul de a valorifica potențialul cultural, natural și istoric al țării. Moldova dispune de o bogată moștenire culturală, inclusiv mănăstiri, fortărețe și orașe istorice. Regiunea viticolă, cu cramele sale celebre, atrage vizitatori din întreaga lume. Guvernul de asemenea, a implementat politici pentru a stimula investițiile în infrastructura turistică, cum ar fi hoteluri, restaurante și centre de informații turistice. Campaniile de promovare a turismului, inclusiv participarea la târguri internaționale, au contribuit la creșterea vizibilității Moldovei ca destinație turistică. Există un interes tot mai mare pentru turismul ecologic și rural, cu oferte care includ tururi de vinuri, gastronomie locală și experiențe autentice în mediul rural. Industria turistică se confruntă cu provocări, cum ar fi infrastructura deficitară, lipsa de promovare constantă și necesitatea de a îmbunătăți serviciile turistice. Cu suportul partenerilor de dezvoltare, au fost lansate mai multe programe de granturi, care au urmărit susținerea și dezvoltarea afacerilor durabile, rezistente, inovatoare și competitive în industria turismului din țară, în special în zonele rurale. De altfel, IMM-urile din zonele rurale sunt cele care se pliază pe viziunea și oferta turistică de țară, incluzând experiențe autentice trăite din plin în inima Europei, cu un mare potențial de a deveni un catalizator inovator pentru creșterea economică. În cadrul celui de-al doilea panel, intitulat „Căi inovatoare pentru tranziția turismului către o nouă eră”, invitații au analizat soluțiile creative disponibile pentru transformarea atracțiilor turistice. Potrivit experților, turismul vitivinicol poate fi cheia ca lumea să cunoască importanța și identitatea viticulturii din Moldova, de aceea, este esențial ca vinăriile să fie autentice în prezentarea ofertelor, pentru a evita ca toate cramele din întreaga lume să arate la fel. În această ordine de idei dezvoltarea turistică poate evolua doar în contextul în care puterile țării, cum ar fi guvernul sau persoanele de la înalta conducere, ar implementa diverse proiecte pentru evoluția turismului intern și în cazul în care s-ar conlucra cu statele înalt dezvoltate și bine evaluate în turismul internațional, dar și rural sau local.

De asemenea, turismul în Republica Moldova se confruntă cu mai multe provocări care limitează dezvoltarea sa pe deplin, în ciuda potențialului bogat al țării în materie de peisaje naturale, istorie și cultură. Iată câteva dintre principalele probleme ale turismului din Moldova.

Lipsa Infrastructurii și a Facilităților este una dintre problemele majore în Moldova. Infrastructura turistică este relativ subdezvoltată în multe regiuni, în special în mediul rural. Drumurile sunt adesea într-o stare precară, iar transportul

public este limitat în zonele mai puțin accesibile. Hotelurile, pensiunile și facilitățile de cazare sunt concentrate în principal în Chișinău și în câteva alte orașe mai mari, iar opțiunile din afara acestora sunt limitate. Transportul internațional este, de asemenea, limitat, cu puține zboruri directe din Europa de Vest și alte regiuni turistice majore, ceea ce face ca accesibilitatea să fie o problemă pentru turiștii străini. Lipsa promovării eficiente este o altă problemă întâlnită la noi țară. Moldova nu este cunoscută ca o destinație turistică importantă, și există puține inițiative de marketing internațional. Turiștii internaționali sunt mai puțin informați despre ceea ce poate oferi Moldova, de la vinurile sale celebre până la festivalurile tradiționale și siturile istorice. Pe piața globală a turismului, Moldova concurează cu alte destinații est-europene care au investit semnificativ în branding și promovare, cum ar fi România, Ungaria și Cehia, iar Moldova nu dispune de bugete mari pentru promovare internațională. La fel și calitatea serviciilor turistice este o altă provocare, deoarece mulți angajați din sector nu beneficiază de formare profesională adecvată și nu cunosc limbi străine, cum ar fi engleza. Astfel, interacțiunea turiștilor străini cu personalul local poate fi dificilă, influențând experiența generală. Există o nevoie crescută de programe de instruire și educație în domeniul ospitalității și turismului pentru a îmbunătăți calitatea serviciilor și pentru a crește nivelul de profesionalism din acest sector.

Instabilitatea economică și politică a țării afectează negativ percepția turiștilor, care pot considera Moldova ca o destinație riscantă sau nesigură, fiind o proprietate nefavorabilă pentru viitorul țării. De asemenea, dezvoltarea infrastructurii și investițiile în turism sunt îngreunate de constrângerile economice și de nivelul ridicat al birocrăției. Tensiunile politice din regiune, inclusiv relațiile complexe cu regiunea separatistă Transnistria, pot descuraja anumite categorii de turiști și pot crea o imagine de nesiguranță.

Ceea ce ține de limba vorbită, Moldova nu este o țară unde limba engleză este larg dezvoltată, iar această barieră lingvistică poate constitui un impediment major, în special pentru turiștii care nu vorbesc rusa sau româna. Lipsa de informații și ghiduri turistice în limbi străine face mai dificilă orientarea turiștilor internaționali în țară. Moldova are resurse turistice impresionante, precum cramele sale de renume internațional (de exemplu, Cricova și Mileștii Mici), mănăstiri istorice, tradiții culturale și naturale autentice. Cu toate acestea, aceste atracții sunt insuficient dezvoltate și promovate. Turismul rural și ecoturismul au un potențial neexploatat în Moldova, având în vedere peisajele sale rurale pitorești și viața tradițională care ar putea atrage turiști în căutare de experiențe autentice. Moldova concurează cu alte țări vecine, cum ar fi România și Ucraina, care au investiții mai mari și oferte turistice mai diverse. Spre deosebire de aceste destinații, Moldova este percepută ca o destinație mai puțin atractivă și mai puțin cunoscută, ceea ce face dificilă atragerea turiștilor.

Adesea problemele respective pot fi ameliorate prin prezența lucrului în echipă sau chiar implicării persoanelor rezidente în Republica Moldova. Ținând cont de aceste perspective pot avea loc diverse schimbări în domeniul turistic din țară și doar în așa fel se poate dezvolta industria turismului din Republica Moldova. La fel

prin strategii eficiente de marketing, colaborări internaționale și protejarea patrimoniului cultural, turismul poate deveni un pilon important al economiei Moldovei.

Conservarea și promovarea patrimoniului cultural și istoric din Republica Moldova reprezintă o prioritate esențială pentru dezvoltarea turismului și atragerea vizitatorilor, dar se confruntă cu multiple provocări. Deși țara dispune de o moștenire culturală bogată, cu monumente istorice, mănăstiri, situri arheologice și tradiții unice, fondurile limitate și lipsa promovării la scară largă îngreunează valorificarea acestei resurse.

Principalele Atracții Culturale și Istorice din Moldova care atrag mii de turiști sunt: Cetatea Soroca: Construită în secolul al XV-lea de Ștefan cel Mare, fiind un simbol al istoriei medievale moldovenești. Ea atrage anual mii de vizitatori, inclusiv turiști străini. Cramă Mileștii Mici cu o lungime de aproximativ 200 km, este considerată cea mai mare crămă subterană din lume, fiind înscrisă în Guinness World Records. Este o atracție turistică majoră, contribuind semnificativ la turismul vitivinicol. Orheiul Vechi: Un complex arheologic și natural, Orheiul Vechi include ruine din diverse perioade istorice și este considerat unul dintre cele mai importante situri culturale din Moldova. Mănăstirile Căpriană, Călărășeuca și Hâncu-aceste mănăstiri sunt recunoscute pentru arhitectura lor impresionantă și pentru importanța lor religioasă și istorică. La fel există unele statistici economice și impactul patrimoniului asupra turismului, incluzând contribuția turismului cultural la PIB. Deși datele exacte referitoare la contribuția turismului cultural la PIB-ul Republicii Moldova sunt limitate, se estimează că sectorul cultural și de turism contribuie la aproximativ 2% din PIB, conform unui raport al Organizației Mondiale a Turismului (OMT). Venituri din turismul cultural: În 2021, turismul cultural a generat aproximativ 30 de milioane de dolari, potrivit Ministerului Economiei, însă acest număr este sub potențialul real, având în vedere resursele culturale ale țării. Numărul Vizitatorilor: Înainte de pandemie, Moldova primea aproximativ 170.000 de turiști anual, dintre care aproximativ 60% erau interesați de turismul cultural și istoric. După ridicarea restricțiilor, numărul turiștilor a început să crească, dar rămâne sub nivelurile din 2019. Proiecte și Investiții: În ultimii ani, Moldova a beneficiat de fonduri europene și granturi din partea Băncii Mondiale pentru proiecte de conservare și promovare a patrimoniului cultural. De exemplu, proiectul "Promovarea turismului rural și cultural" a primit o finanțare de 3 milioane de dolari din partea UE, pentru restaurarea unor situri istorice și promovarea lor la nivel internațional.

Inițiativele și soluțiile pentru promovare și conservare includ proiecte de restaurare unde Guvernul, cu sprijin internațional, a început să implementeze proiecte de restaurare a unor monumente istorice, cum ar fi Orheiul Vechi și cetățile medievale. Organizarea de festivaluri culturale, cum ar fi Festivalul Vinului sau Ziua Independenței, contribuie la creșterea vizibilității și atragerea turiștilor. Mai sunt prezente campaniile de promovare digitală. Recent, Moldova a început să se promoveze mai intens pe platformele digitale, cu campanii și videoclipuri care

evidențiază patrimoniul său cultural. În 2022, Moldova a lansat campania "Discover the Routes of Life" pentru a atrage turiști din UE și Asia.

Concluzii

În concluzie, dezvoltarea industriei turistice din Republica Moldova are un potențial considerabil, însă pentru a-și valorifica pe deplin resursele culturale, istorice și naturale, sunt necesare investiții strategice și o abordare integrată. Deși țara dispune de un patrimoniu viticol renumit, situri istorice de valoare și peisaje rurale autentice, lipsa infrastructurii moderne, a finanțării adecvate și a promovării internaționale limitează atragerea unui flux mai mare de turiști. Prin proiecte de restaurare, inițiative de promovare digitală și cooperare regională, Moldova poate deveni o destinație de nișă apreciată pentru autenticitatea sa. În plus, dezvoltarea sectorului turistic ar aduce beneficii economice semnificative, inclusiv crearea de locuri de muncă și stimularea economiei locale. Cu o viziune clară, investiții pe termen lung și un angajament pentru calitatea serviciilor, Moldova are șansa să se transforme într-o destinație atractivă pe harta turistică internațională.

Referințe bibliografice

1. Agromedia.md
2. Moldova-independententa.md
3. Moldova.org.

INFLUENȚA ECONOMIEI CIRCULARE ASUPRA DEZVOLTĂRII SUSTENABILE A ÎMM DIN REPUBLICA MOLDOVA

Rabadji Svetlana, I.P. Colegiul Agroindustrial din Rîșcani
Dumitrița Borș, I.P. Colegiul Agroindustrial din Rîșcani

Abstract: In this paper, it is related about circular economy, which has become an extremely popular term in the last few years, being viewed as a solution to the global environmental crisis, that affects the whole world. Additionally, it's as severe and intense as the pandemic, although perhaps less obvious.

The implementation of circular economy in the sustainable development of SME sector is a change in the way resources are extracted, eventually transformed into products and ultimately, into waste.

This article is an analysis of the circular economy's influence upon the sustainable development of SMEs in the Republic of Moldova, by identifying types or etalons of businesses in the given field.

The research emphasizes the importance of collaboration among stakeholders, including government agencies and non-profits, to create a supportive framework that encourages innovation and resource efficiency. By fostering a culture of sustainability, buisnesses can not only reduce their environmental footprint but also enhance their competitiveness in a rapidly evolving market.

Abstract:

În această lucrare, se relatează despre economia circulară, care a devenit un termen extrem de popular în ultimii ani, fiind văzută ca o soluție la criza globală de mediu, care afectează tot mai mult întreaga lume și care, la rândul său, este la fel de severă și de intensă ca pandemia, deși poate mai puțin evidentă.

Implementarea economiei circulare în dezvoltarea sustenabilă a sectorului ÎMM este o schimbare a modului, în care resursele sunt extrase, transformate în produse, devenind apoi deșeuri.

Acest articol reprezintă o analiză a influenței economiei circulare asupra dezvoltării sustenabile a ÎMM în Republica Moldova, prin identificarea modelelor de afaceri în domeniul dat.

Cercetarea subliniază importanța colaborării între părțile interesate, inclusiv agențiile guvernamentale și organizațiile non-profit, pentru a crea un cadru de sprijin care încurajează inovarea și eficiența resurselor. Încurajând o cultură a durabilității, întreprinderile nu pot doar să-și reducă amprenta asupra mediului, ci și să își sporească competitivitatea pe o piață în evoluție rapidă.

Cuvinte-cheie: economia circulară, sustenabilitate, economia liniară, ÎMM, modele de afaceri circulare, programe de finanțare.

Introducerea. Conceptul de economie circulară (EC) este foarte larg și acoperă o serie de subiecte conexe, în producție și consum, inclusiv eficiența resurselor, ierarhia deșeurilor, trecerea la resurse regenerabile. Economia circulară înlocuiește abordarea liniară, bazată pe exploatarea resurselor, producție și consum nesustenabil cu o abordare circulară, sustenabilă și cu beneficii pentru capitalul economic, social și de mediu.

EC este esențială pentru dezvoltarea sustenabilă a întreprinderilor mici și mijlocii anume prin respectarea și valorificarea principiilor de reducere a risipei; inovație și competitivitate; sustenabilitate. EC echilibrează raportul dintre o activitate economică profitabilă a ÎMM și o regenerare, îmbunătățire a stării de mediu, promovându-se astfel sustenabilitatea și valorificarea practicilor durabile în domeniu.

Metode aplicate: inducția, deducția, teoria, analiza, metoda grafică.

Economia circulară este un sistem regenerativ în care aportul de resurse, deșeurile, emisiile și scurgerile de energie sunt reduse la minimum prin încetinirea, închiderea și îngustarea buclelor de energie și materiale.^[1]

World Business Council for Sustainable Development definește economia circulară drept un nou mod de a privi relațiile dintre piețe, clienți și resurse naturale. Folosește modele de afaceri inovatoare și tehnologii disruptive pentru transformarea modelul economiei liniare.^[1]

Într-o economie liniară, deșeurile nu sunt considerate o resursă valoroasă, iar accentul se pune pe maximizarea profitului, mai degrabă decât pe minimizarea impactului asupra mediului. Acest model se bazează pe o aprovizionare constantă cu resurse naturale și energie ieftine, ceea ce duce la epuizarea resurselor, poluare și emisii de gaze cu efect de seră. Drept urmare, economia liniară este un factor-cheie

al degradării mediului, iar o tranziție către o economie circulară este necesară pentru a asigura o dezvoltare durabilă.^[2]

Un model alternativ este economia circulară, care presupune un flux nesfârșit de materii prime, extinderea ciclului de viață al produsului și încorporează principiul “reduce, reutilizează, reciclează” în locul principiului “take, make, dispose”.^[1]

Figura 1. Ilustrație simplificată a unei economii liniare și circulare^[1]

Scopul sistemului economic circular este eliminarea deșeurilor și utilizarea sustenabilă a resurselor, care poate deveni scopul principal al IMM din Republica Moldova.

Întreprinderile mici și mijlocii se consideră acei agenți economici care îndeplinesc cumulativ următoarele condiții:

a) au un număr mediu anual de salariați (numărul mediu scriptic al personalului în perioada de gestiune) de până la 250;

b) realizează o cifră anuală de afaceri (venituri din vânzări) de până la 100 de milioane de lei sau dețin active totale (active immobilizate și active circulante) de până la 100 de milioane de lei, conform ultimei situații financiare aprobate.^[3]

Tabelul nr.1. Clasificarea IMM din Republica Moldova

Criterii de atribuire	Numărul mediu anual de salariați, persoane	Suma anuală cifrei de afaceri, mil. lei	Valoarea anuală totală de bilanț a activelor, mil .lei
Micro-întreprinderi	cel mult 9 salariați	până la 18	până la 18
Întreprinderi mici	cel mult 49	până la 50	până la 50
Întreprinderi Mijlocii	cel mult 249	până la 100	până la 100

Conform datelor Biroului Național de Statistică rata IMM în anul 2023, în comparație cu anul 2022, a constituit 99,2%, demonstrând că în Republica Moldova ponderea cea mai mare o reprezintă întreprinderile mici și mijlocii.^[4]

Acest articol propune modele de afaceri circulare - un sistem folosit de entități, pentru a crește eficiența și a reduce impactul asupra mediului. Aceste modele sunt concepute pentru a economisi bani, pentru a elimina risipa și pentru a atinge durabilitatea.

Organizația internațională *Forum for the Future*, lider în domeniul sustenabilității, propune 10 modele de afaceri, care pot fi implementate în activitatea IMM din Republica Moldova. Modelele de afaceri sunt prezentate în figura 2.

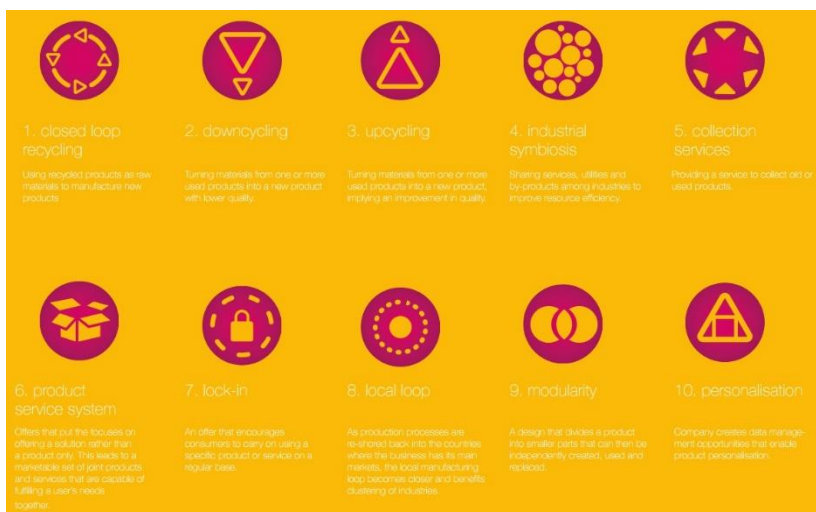


Figura 2. Tipuri de modele de afaceri circulare

Sursa: [5]

Tabelul nr.2. Caracteristica tipurilor de modele de afaceri circulare și ramurile de implementare acestora în Republica Moldova

Tipul modelului de afaceri	Caracteristica cheie	Domenii aplicative
Reciclarea în buclă închisă	Acest model de afaceri se referă la utilizarea deșeurilor ca materie primă pentru crearea de noi produse	Industria reciclării (plastic, metale, hârtie)
De la produs la serviciu	Produse servitizate	Sectorul auto (leasing de mașini, IT)
Personalizarea produselor sau serviciilor	Creează oportunități de gestionare a datelor care permite personalizarea produsului	Industria modei-fashion
Dowcycling	Tip de reciclare, în urma căreia valoarea produsului nou obținut este inferioară produsului inițial	Construcții și demolări

Upcycling	Tip de reciclare în urma căreia valoarea produsului nou obținut este superioară produsului inițial	Mobilier și decorațiuni interioare
Fidelizarea consumatorului	Încurajarea utilizării repetate a unui produs sau serviciu	Retail și comerț electronic
Design modular	Mod de proiectare a unui produs în părți mai mici numite module, pentru ca ulterior la necesitate să poată să fie modificate sau schimbate independent	Electronice și electrocasnice
Simbioza industrială	Constă în partajarea serviciilor, utilității și resurselor secundare între industrii pentru a îmbunătăți eficiența utilizării resurselor	Producția industrială și de energie
Producția locală	Caracteristic pentru rețelele de companii, companii transnaționale constând în reorientarea procesul de producție aproape de lanțul de aprovizionare	Agricultură și alimentație
Colectarea deșeurilor	Prestarea serviciilor de colectare a produselor vechi sau uzate	Managementul deșeurilor

Sursa: [6]

Implementarea economiei circulare în dezvoltarea sustenabilă a IMM poate să fie susținută de Programul de ecologizare a întreprinderilor mici și mijlocii în R.M (aprobat prin Hotărârea de Guvern nr.592/2019).[7] Programul dat este implementat de către ODA, în scopul creării condițiilor favorabile și susținerea mediului de afaceri pentru trecerea de la modelul de dezvoltare economică de consum la un model, care folosește aplicarea principiilor ecologizării și integrării măsurilor economiei „verzi” în procesele de producere a diverselor ramuri ale economiei naționale. Susținerea acordată IMM-urilor, prin intermediul programului de ecologizare, parcurge trei etape:

- Suport informațional și consultativ;
- Suport financiar pentru IMM;
- Monitorizare post-finanțare.

Concluzie. Integrarea conceptului de economie circulară nu doar că sprijină sustenabilitatea mediului înconjurător, dar contribuie și la crearea unor oportunități

economice, stimulând inovația și îmbunătățirea performanțelor financiare ale IMM-urilor din Republica Moldova, echilibrând raportul *profit/sustainable environment*.

Este esențial ca politicile guvernamentale și inițiativele de sprijin să continue să încurajeze tranziția către un model de afaceri circular, facilitând astfel dezvoltarea unui ecosistem economic verde și rezilient.

Prin adoptarea unor practici precum reciclarea, re folosirea și reducerea deșeurilor, IMM-urile pot obține avantaje competitive pe termen lung, asigurând astfel o creștere economică durabilă și o adaptare eficientă la cerințele actuale ale pieței.

Referințe bibliografice:

[1] TATJANA TAMBOVCEVA, JELENA TITCO, Introduction to circular economy, EKA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE, 2020. pag. 15-29.

[2] <https://micilebucurii.ro/schimbari-climatice/economie-circulara-vs-economie-liniara/#htoc-ce-este-economia-liniar>.

[3] Legea nr.179 din 21.07.2016 cu privire la întreprinderile mici și mijlocii.

[4] https://statistica.gov.md/ro/activitatea-intreprinderilor-mici-si-mijlocii-in-anul-2023-9557_61414.html.

[5] Circula business models. Organizația *Forum for the Future*.

<https://www.forumforthefuture.org/Handlers/Download.ashx?IDMF=51b47e1a-d58a-4672-a40d-878ac0217692> .

[6] GHID INFORMATIV, Modele de afaceri circulare, Ediția II, Chișinău: Institutul Național de Cercetări Economice, 2022. pag. 22.

[7] Programul de ecologizare a IMM. Disponibil: <https://www.oda.md/ro/ecoimm>.

IMPLEMENTAREA PRACTICILOR ECOLOGICE ÎN IMM-URI

Maria Grigoraș, *CSAF*

Cristian Surchicin, *CSAF, PAA-31*

Abstract: The implementation of ecological plans in small and medium-sized enterprises (SMEs) is becoming a priority in the context of global challenges related to climate change and environmental degradation. This paper analyzes various strategies used by SMEs to adopt ecological practices, including relevant case studies and surveys. The results indicate that the majority of SMEs implementing ecological measures not only observe improvements in operational efficiency but also an increase in customer satisfaction. Discussions highlight challenges such as initial costs and lack of qualified human resources, as well as potential solutions to support SMEs in the transition to a green economy.

Rezumat: Implementarea planurilor ecologice în întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) devine o prioritate în contextul provocărilor globale legate de schimbările climatice și degradarea mediului. Această lucrare analizează diverse strategii utilizate de IMM-uri pentru a adopta practici ecologice, incluzând studii de caz relevante și sondaje. Rezultatele arată că majoritatea IMM-urilor care implementează măsuri ecologice observă nu doar îmbunătățiri ale eficienței operaționale, ci și o creștere a satisfacției clienților. Discuțiile evidențiază provocările precum costurile inițiale și lipsa de resurse umane calificate, precum și soluțiile posibile pentru a sprijini IMM-urile în tranziția către o economie verde.

Keywords: SMEs, sustainability, ecological practices, operational efficiency, ecological transition, environmental impact, green financing, ecological innovation.

Cuvinte-cheie: IMM-uri, sustenabilitate, practici ecologice, eficiență operațională, tranziție ecologică, impact asupra mediului, finanțare verde, inovare ecologică.

Introducere

Într-o lume în care criza ecologică devine tot mai acută, IMM-urile au o oportunitate unică de a-și transforma modelele de afaceri prin implementarea planurilor ecologice. Acestea nu doar că pot contribui la reducerea impactului asupra mediului, dar și să beneficieze de pe urma economiilor și avantajelor competitive pe care le aduc aceste măsuri. Studiile arată că adopția de practici sustenabile este din ce în ce mai importantă pentru consumatori, ceea ce face ca IMM-urile să devină mai atractive pe piață.

Importanța planurilor ecologice pentru IMM-uri

1. Beneficii economice

Implementarea planurilor ecologice poate aduce economii semnificative pentru IMM-uri prin reducerea costurilor operaționale. Utilizarea eficientă a resurselor, gestionarea deșeurilor și reducerea consumului de energie sunt doar câteva exemple de măsuri care pot conduce la economii financiare.

2. Avantaj competitiv

IMM-urile care adoptă practici ecologice pot câștiga un avantaj competitiv pe piață. Consumatorii devin din ce în ce mai conștienți de impactul ecologic al produselor pe care le achiziționează. Așadar, un profil ecologic pozitiv poate atrage clienți și poate îmbunătăți reputația brandului.

3. Acces la finanțare

Investitorii și instituțiile financiare sunt tot mai interesați de sustenabilitate. IMM-urile care demonstrează angajamentul față de mediu pot beneficia de acces mai ușor la finanțare și subvenții pentru proiecte ecologice.

Strategii de implementare a planurilor ecologice

1. Evaluarea impactului ecologic

Primul pas în implementarea planurilor ecologice este evaluarea impactului actual al IMM-ului asupra mediului. Aceasta poate include analiza consumului de resurse, gestionarea deșeurilor, emisiile de carbon și utilizarea energiei.

2. Stabilirea obiectivelor

După evaluarea impactului, IMM-urile ar trebui să stabilească obiective clare și măsurabile. Aceste obiective pot include reducerea emisiilor de CO2 cu un anumit procent, creșterea eficienței energetice sau implementarea unor procese de reciclare.

3. Instruirea angajaților

Un aspect esențial al implementării planurilor ecologice este instruirea angajaților. Aceștia trebuie să fie conștienți de importanța sustenabilității și să fie pregătiți să adopte noi practici de lucru.

4. Colaborarea cu furnizorii

Colaborarea cu furnizorii este crucială pentru succesul planurilor ecologice. IMM-urile ar trebui să colaboreze cu furnizorii care împărtășesc aceleași valori ecologice, ceea ce poate duce la optimizarea întregului lanț de aprovizionare.

5. Monitorizarea și raportarea

Monitorizarea constantă a progreselor și raportarea rezultatelor sunt esențiale pentru succesul planurilor ecologice. IMM-urile ar trebui să utilizeze indicatori de performanță pentru a evalua eficiența măsurilor implementate și pentru a face ajustări dacă este necesar.

Provocări în implementarea planurilor ecologice:

1. Costurile inițiale

Deși pe termen lung implementarea planurilor ecologice poate aduce economii, costurile inițiale pot fi un obstacol pentru multe IMM-uri. Acestea pot include investiții în tehnologie ecologică sau formare pentru angajați.

2. Lipsa de informații

Multe IMM-uri nu dispun de informațiile necesare pentru a implementa eficient planurile ecologice. Este esențial ca acestea să aibă acces la resurse și informații relevante.

3. Rezistența la schimbare

Cultura organizațională a IMM-urilor poate influența implementarea planurilor ecologice. Rezistența la schimbare din partea angajaților sau a managementului poate întârzia procesul de adoptare a practicilor ecologice.

Metode aplicate:

1. Studii de caz:

Trei IMM-uri din sectoare variate (producție, servicii și comerț) au fost analizate pentru a evalua implementarea planurilor ecologice. De exemplu:

Producție: O companie de mobilă a introdus reciclarea lemnului, reducând deșeurile cu 30%.

Servicii: Un restaurant a adoptat ambalaje biodegradabile, diminuând risipa alimentară cu 25%.

Comerț: O mică librărie a început să folosească hârtie reciclată pentru ambalare, promovând un brand ecologic.

1. Sondaje:

Un sondaj a fost desfășurat pe un eșantion de 200 de IMM-uri, întrebând despre măsurile ecologice adoptate, dificultățile întâmpinate și beneficiile percepute. Datele au fost analizate pentru a identifica tendințe și corelații.

2. Analiza documentară:

O revizuire a literaturii de specialitate a fost realizată pentru a oferi un context teoretic și pentru a identifica cele mai bune practici în domeniul ecologiei pentru IMM-uri. Aceasta a inclus studii anterioare și rapoarte relevante.

Rezultate:

Gradul de adopție:

70% dintre IMM-uri au raportat implementarea unor măsuri ecologice. În sectorul producției, 50% dintre IMM-uri au adoptat tehnici de reciclare, iar 40% utilizează energii regenerabile.

Beneficii observate:

65% dintre IMM-uri au raportat o îmbunătățire a eficienței operaționale cu 10-20%. De exemplu, un IMM din domeniul alimentației a reușit să reducă costurile de energie cu 15% prin utilizarea unor aparate eficiente energetic.

60% au observat o creștere a satisfacției clienților, ceea ce a condus la o creștere a vânzărilor cu 10-15%.

Provocări întâmpinate:

- 50% dintre IMM-uri au menționat costurile inițiale ridicate ca un obstacol major. Implementarea tehnologiilor ecologice a fost considerată prohibitivă, mai ales pentru IMM-urile cu resurse limitate.
- 35% au subliniat lipsa de informații și expertiză în domeniul ecologic, dificultate care afectează capacitatea de adoptare a măsurilor ecologice.
- 55% dintre IMM-uri au observat o îmbunătățire a imaginii de brand, ceea ce a dus la o creștere a vânzărilor cu aproximativ 15%. Aceasta subliniază importanța percepției clienților în adoptarea unor practici ecologice.

Discuții

Discuțiile din această lucrare evidențiază importanța sprijinirii IMM-urilor în tranziția ecologică. Provocările întâmpinate pot fi abordate prin:

- **Acces la finanțare:** Crearea de fonduri și subvenții pentru IMM-uri care doresc să implementeze măsuri ecologice. Este esențial ca guvernele să ofere stimulente financiare pentru a sprijini tranziția către o economie verde. De exemplu, programele de finanțare verde ar putea oferi împrumuturi cu dobândă redusă pentru investiții ecologice.
- **Programe de formare:** Instruirea angajaților și managerilor în domeniul practicilor ecologice pentru a asigura o implementare eficientă. Colaborarea cu instituții academice pentru dezvoltarea de cursuri specializate poate îmbunătăți cunoștințele și competențele necesare.
- **Parteneriate strategice:** Colaborarea cu organizații non-guvernamentale, instituții de cercetare și alte IMM-uri pentru a dezvolta soluții inovatoare. Rețelele de IMM-uri pot facilita schimbul de bune practici și resurse.

Concluzii

Implementarea planurilor ecologice în IMM-uri reprezintă nu doar o responsabilitate socială, ci și o oportunitate economică, un pas esențial către o economie durabilă. Beneficiile observate, precum îmbunătățirea eficienței operaționale și a imaginii de brand, demonstrează că tranziția ecologică poate fi benefică pentru întreprinderi. Este esențial ca IMM-urile să primească suport financiar și informativ pentru a depăși provocările întâmpinate. Prin adoptarea unor practici ecologice, IMM-urile pot contribui la un mediu mai curat și, în același timp, își pot îmbunătăți eficiența și competitivitatea pe piață. Continuarea cercetărilor și dezvoltarea de politici favorabile pot facilita o adoptare mai largă a practicilor ecologice în rândul IMM-urilor.

Bibliografie

1. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value*. *Harvard Business Review*.
2. European Commission. (2020). *A European Green Deal*.
3. Babbie, E. R. (2016). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning.
4. Smith, J. (2019). *Sustainability in SMEs: A Global Perspective*. Routledge.
5. United Nations Environment Programme (UNEP). (2021). *Greening the Economy: A Pathway to Sustainable Development*.
6. Dangelico, R. M., & Pontrandolfo, P. (2015). From Green Product Definitions and Classifications to the Green Option. *Journal of Cleaner Production*.
7. European Environment Agency. (2020). *The European Environment — State and Outlook 2020*.
8. Ghisoiu, V. (2021). Sustenabilitate în IMM-uri: provocări și oportunități.

IMPACTUL DECIZIEI DE FINANȚARE ASUPRA PERFORMANȚEI ÎNTREPRINDERII

*Victoria Cebotari, PT-212,
Colegiul Internațional de Administrare și Business
Maia Grîu, cadru didactic CIAB*

Abstract. The financing decision is one of the major financial decisions of the company. Having a capital structure appropriate means to improve company performance and therefore create value. In this article we intend to try to examine the relationship that may exist between the decision to finance and the performance indicator, economic value added (the best known measure of managerial performance through the value created for shareholders). Subsequently of those studied we will conclude that each company should seek an optimal financial structure for her own business in order to create value and therefore to be effective or efficient.

Rezumat. Decizia de finanțare este una din principalele decizii financiare ale întreprinderii. A avea o structură de capital adecvată înseamnă a putea ameliora performanțele întreprinderii și, prin urmare, a crea valoare.

În acest articol, ne propunem să încercăm de a examina relația care poate să existe între decizia de finanțare și indicatorul de performanță, valoare economică adăugată (cel mai cunoscut instrument de măsurare a performanței manageriale prin intermediul valorii create pentru acționari). Ulterior celor studiate, vom ajunge la concluzia că fiecare întreprindere ar trebui să caute o structură financiară optimală proprie activității sale, în scopul creării valorii și prin urmare de a fi eficientă sau performantă.

Key words: funding decision, cost of capital, performance, economic value added.

Cuvinte cheie: decizie de finanțare, cost al capitalului, performanță, valoare economică adăugată.

INTRODUCERE

Abordările teoretice cu referire la importanța deciziei de finanțare sunt dezbătute pe larg în literatura de specialitate, vizând cu precădere problema optimizării structurii capitalului în corelație cu costurile finanțării. Decizia de finanțare urmărește alegerea structurii de finanțare a întreprinderii, analizând pe criterii optime costul fiecărei surse de capital. Prin aceste decizii se stabilește raportul dintre sursele proprii și cele atrase.

Decizia de finanțare (surse proprii și/sau împrumutate) se referă la structura financiară a întreprinderii și vizează modul de finanțare a activelor imobilizate ale întreprinderii, respectiv sursele de procurare a capitalurilor necesare creării factorilor de producție, cu influență directă asupra costurilor capitalurilor. Această decizie impune o selecție a surselor de finanțare, operațiune deosebit de complexă deoarece necesită analiza unor criterii legate de costul capitalului, accesul la piața capitalurilor, situația financiară a întreprinderii, motivația personalului de conducere etc.

Structura optimă a resurselor financiare și corelația dintre resurse și utilizarea lor influențează atât procesele sociale, cât și cele economice la nivel micro- și macroeconomic, creând condiții reale pentru o stabilitate economică și financiară.

Teoria financiară a identificat mai multe obiective pentru întreprindere și anume de a cunoaște: sustenabilitatea (durabilitatea) companiei, creștere cifrei de afaceri sau a părții de piață a acesteia, minimizarea costurilor etc. Dar, în ultimele decenii, atenția a fost axată mai mult asupra obiectivului fundamental, de a fi la curent cu maximizarea averii acționarilor și, prin urmare, de a fi la curent cu crearea plusvalorii.

Obiectivul urmărit în acest articol constă în utilizarea indicatorului valorii economice adăugate pentru evaluare performanței întreprinderii și analizarea impactului structurii întreprinderii în ce privește capitalul asupra valorii economice adăugate.

Astfel, pentru a realiza acest obiectiv, se pune problema de a asigura o înțelegere adecvată a diferitelor decizii financiare în cadrul întreprinderii, cum ar fi: decizia de investire, decizia de finanțare și decizie de distribuție.

REZULTATE ȘI DISCUȚII

În cazul deciziei de finanțare, o întreprinderea este nevoită, în general, să utilizeze o combinație de resurse financiare: fonduri proprii ale întreprinderii, aporturi în capital și împrumutul, atunci când este o insuficiență de acoperire a cheltuielilor privind investițiile. Întreprinderea este nevoită, de asemenea, să determine structura financiară optimală care minimizează costul capitalului și maximizează valoarea întreprinderii.

Această problemă fundamentală de alegere a finanțării și impactul pe care-l poate avea structura capitalului asupra valorii și asupra costului capitalului rămâne în centrul controverselor literaturii financiare și reprezintă o problemă (întrebare) importantă.

Totuși, determinarea valorii întreprinderii nu este o simplă adăugare de elemente juxtapuse și exprimă atât rezultatul deciziilor luate, cât și modul în care acest rezultat este perceput de către părțile interesate de pe piața financiară.

Această inovație în estimarea valorii companiei a pus accentul pe problema performanței în afaceri (întreprinderii) prin evaluarea relevanței de a lua decizii financiare care trebuie efectuate. Aceste decizii trebuie să contribuie la atingerea obiectivului fundamental al fiecărei firme de a cunoaște maximizarea valorii sale și prin urmare, crearea de valoare.

Această creare de valoare poate fi măsurată în teoria financiară, prin intermediul unei serii de indicatori de măsurare. Cei mai frecvenți sunt: randamentul activelor (rentabilitatea activelor), randamentul investițiilor (rentabilitatea investițiilor), randamentul capitalului propriu (rentabilitatea capitalului propriu), beneficiile pe o acțiune (profit pe acțiune) etc.

Mai mulți autori afirmă că acești indicatori denotă o insuficiență de măsură și oferă o viziune limitată. Ei văd, de asemenea, că niciun mijloc de măsurare a performanțelor întreprinderii nu este bine corelat cu valoarea sa bursieră și că aceste măsuri bazate pe beneficii se atașează, în general, la început iunea contului de rezultate și neglijează suma și ritmul real al numerarului. Acesta este motivul pentru care accentul este pus pe a dispune de noi instrumente de măsurare, ceea ce permite înțelegerea procesului de creare a bunăstării întreprinderii.

Ideea de bază aferentă valorii economice adăugate este că o întreprindere creează valoare pentru acționarii săi atunci când rentabilitatea capitalului investit depășește costul diferitelor surse de finanțare utilizate și cea a datoriilor depășește fondurile proprii. Această afirmație se justifică, după părerea mai multor autori, prin faptul că fondurile proprii nu reprezintă o modalitate de finanțare gratuită, deoarece acționarii cer o remunerare pentru riscul asumat.

Astfel, valoarea economică adăugată se definește ca diferență dintre profitul operațional al companiei, după impozitare și remunerația pentru capitalul utilizat în scopul activității sale.

O valoare economică adăugată pozitivă semnifică că întreprinderea a creat valoare pentru acționari, altfel spus, rentabilitatea întreprinderii este superioară remunerației capitalurilor aportate pentru finanțarea activului economic.

O valoare adăugată nulă generează o situație de echilibru, adică întreprinderea nu este nici distrugătoare, nici creatoare de valoare, iar o valoare economică adăugată negativă demonstrează o distrugere de valoare.

Conform conceptului privind valoare economică adăugată, nu este suficient de a avea un rezultat net pozitiv sau un anumit nivel al profitului pe acțiune, dar întreprinderea trebuie să câștige suficient pentru a acoperi costul de îndatorare și costul de oportunitate al capitalului până la apariția ideii de a crea valoare.

$$EVA = (RCI - CMPC) \times CI^2$$

EVA exprimă valoarea economică adăugată;

RCI - rata de rentabilitate a capitalului;

CMPC - costul mediu ponderat al capitalului;

CI - capitalul investit sau activul economic.

Simplitatea aparentă a înțelegerii și aplicării acestei formule nu poate ascunde dificultatea de a obține o imagine exactă a valorii, dacă nu se iau în considerare factorii și ajustările adecvate unice pentru fiecare întreprindere (ajustări contabile la calculul valori economice adăugate, ajustări contabile cu privire la cheltuieli, ajustarea pentru impozite amânate, ajustarea relativă a conturilor de provizioane, ajustarea relativă a câștigurilor dobândite sau a fondului comercial, ajustarea relativă a contractelor de locațiune sau de leasing operațional).

Datorită acestor ajustări, după impozitarea întreprinderii, se poate da o aproximație numerarului disponibil pentru reinvestire în interior sau pentru distribuirea către acționari.

Decizia de finanțare care trebuie să fie luată de întreprindere, în general, constă în alegerea între două categorii de finanțare. Pe de o parte, este vorba de finanțarea în baza fondurilor proprii care înglobează, la rândul său, autofinanțarea și creșterea de capital, iar pe de altă parte, finanțarea prin îndatorare.

Așadar, decizia de finanțare își poate pune amprenta, în cazul oricărei întreprinderi, asupra următoarelor direcții de acțiune:

- evaluarea capacității întreprinderii de a genera lichidități;
- determinarea necesităților de lichidități;
- prevederea scadențelor și a riscului încasărilor viitoare;
- compararea rezultatelor obținute;
- evaluarea relațiilor dintre activitățile de exploatare, de investiții și de finanțare.

Putem concluziona că domeniul deosebit de complex al elaborării deciziilor a preocupat de-a lungul timpului mai mulți cercetători. Astfel, abordarea problemei decizionale în economie nu poate avea loc fără cunoașterea principiilor și conceptelor care guvernează disciplinele de specialitate economice, dintre acestea evidențiindu-se: finanțele, contabilitatea, statistica, managementul, economiile de ramură.

Alegerea celei mai bune soluții decizionale trebuie să respecte cumulativ următoarele criterii:

- identificarea și prevenirea riscului, fiecare alternativă conținând o evaluare a raportului dintre beneficiul scontat și riscul posibil;
- economisirea efortului, adică stabilirea acelor direcții de acțiune care să fie rezolvate cu cel mai mic efort, dar cu cele mai bune rezultate și cu cele mai mici perturbații asupra sistemului;
- sincronizarea și cronometrarea, respectiv corelarea deciziilor cu factorul timp;
- înțelegerea, îndrumarea, competența și optica oamenilor care aplică decizia.

Având în vedere rezultatul deciziei, nici o decizie nu este bună dacă personalul de execuție nu are competența de a o executa. De aceea, în mod justificat, se apreciază că în procesul decizional „aportul fiecăruia dăruit cu convingere înseamnă succes”.

Ulterior celor studiate, ajungem la concluzia că fiecare întreprindere ar trebui să caute o structură financiară optimală proprie activității sale, în scopul creării valorii și, prin urmare, de a fi eficientă sau performantă, limită ce poate fi atinsă prin intermediul indicatorului de performanță, valoarea economică adăugată, ce desemnează câștigul suplimentar oferit de o companie față de câștigurile „normale” pe care creditorii și acționarii care o finanțează le-ar putea găsi față de același grad de risc. Acesta poate fi negativ, chiar dacă profitul pe care o companie îl înregistrează este pozitiv.

În contextul economic actual, marcat de fluctuații și incertitudini, capacitatea întreprinderilor de a se dezvolta și a se adapta la schimbările pieței devine esențială pentru supraviețuirea și prosperitatea lor pe termen lung. Recent, o serie de analize de piață au evidențiat o tendință interesantă: întreprinderile care se bazează pe o structură solidă a capitalului propriu înregistrează o rată de creștere și o stabilitate financiară semnificativ mai mare comparativ cu cele care se îndatorează excesiv. Această observație subliniază importanța capitalului propriu nu doar ca mijloc de finanțare, ci și ca factor crucial în asigurarea unei baze durabile pentru dezvoltarea economică a întreprinderilor.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. BALAN A., BARBĂNEAGRĂ O.: Economia unităților economice, 2016. ISBN 978 – 9975 -75 – 809 – 3, 388 p.
2. COJOCARU, M., ȘESTACOVSCAIA, A.: Bazele managementului financiar.. Chișinău: CEP USM, 2018. 68 p.
3. NEDELCU A., Efectele rotației capitalului asupra performanței financiare a întreprinderilor industriale, teză de doctor, Chișinău, 2017, C.Z.U: 658.14/.15:005.915:334.716 (478) (043), p.30
4. <https://www.oda.md/ro/>
5. <https://mded.gov.md/domenii/mediul-de-afaceri/politici-si-programe-imm/>

MARKETINGUL MODERN: TENDINȚE ȘI INSTRUMENTEROLUL SUSTENABILITĂȚII IN MARKETING MODERN

Raisa Dușcov, CSAF
Beatriz Munteanu, COLEGIUL ULIM

Abstract: Articolul se concentrează pe diverse tehnici de marketing contemporan punând accent pe integrarea tehnologiilor de marketing moderne contemporan, explorând modul în care acestea influențează comportamentul consumatorilor și interacțiunile cu brandurile. Proiectul detaliază diverse metode și instrumente pentru optimizarea și ajustarea la cerințele consumatorilor, subliniind modul în care acestea îmbunătățesc relațiile cu clienții și optimizează eforturile de marketing. Înțelegând aceste metodologii moderne de marketing, companiile își pot ajunge și păstra în mod eficient clienții, conducând în cele din urmă creșterea și succesul pe o piață competitivă.

The article focuses on various contemporary marketing techniques, emphasizing the integration of modern marketing technologies and exploring how they influence

consumer behavior and interactions with brands. The project details various methods and tools for optimizing and adjusting to consumer demands, highlighting how these improve customer relationships and optimize marketing efforts. By understanding these modern marketing methodologies, companies can effectively reach and retain customers, ultimately leading to growth and success in a competitive market.

Cuvinte-cheie: marketing; tehnologii; analiză; consumatori; marketing digital; strategii de marketing; rețele digitale.

Introducere:

Introducere în tendințele moderne de marketing evoluează constant, adaptându-se la schimbările tehnologice, preferințele consumatorilor și evenimentele globale. În ultimii ani, a existat o accelerare semnificativă a acestor schimbări, ceea ce impune marketerilor să rămână la curent cu tendințele actuale. În acest articol, vom analiza domeniile cheie care modelează viitorul marketingului.

Conținutul de bază.

Transformarea digitală și marketing a devenit un motor major al schimbării în marketing. Companiile adoptă în mod activ tehnologiile digitale pentru a îmbunătăți implicarea clienților și pentru a crește eficiența campaniilor de marketing. Aceasta include utilizarea diferitelor instrumente și platforme digitale care permit companiilor să ajungă la publicul țintă mai precis și mai eficient.

Impactul rețelelor sociale media continuă să joace un rol important în strategiile de marketing. Platforme precum Instagram, TikTok și LinkedIn oferă oportunități unice de a interacționa cu publicul. Specialiștii în marketing folosesc publicitate direcționată, marketing de conținut și influenceri pentru a crește acoperirea și implicarea. Rețelele sociale permit, de asemenea, companiilor să obțină feedback în timp real de la clienți, ceea ce ajută la îmbunătățirea produselor și serviciilor.

În plus, rețelele sociale devin un canal important pentru efectuarea cercetărilor de piață. Analiza datelor din social media permite marketerilor să înțeleagă mai bine nevoile și preferințele publicului lor, ceea ce contribuie la crearea unor strategii de marketing mai eficiente. De asemenea, este important de reținut că rețelele sociale oferă o oportunitate de a crea conținut viral care poate crește semnificativ gradul de conștientizare a mărcii.

Marketing mobil utilizarea tot mai mare a smartphone-urilor, marketingul mobil devine din ce în ce mai important. Optimizarea site-urilor web pentru dispozitive mobile, crearea de aplicații mobile și utilizarea mesageriei SMS ajută companiile să rămână în contact cu clienții oricând și oriunde. Dispozitivele mobile oferă oportunități unice pentru personalizarea mesajelor de marketing, permițând companiilor să ajungă mai precis la publicul țintă.

- Aplicațiile mobile devin un instrument important pentru interacțiunea cu clienții. Acestea permit companiilor să ofere oferte și servicii unice care ar putea să nu fie disponibile prin alte canale. În plus, aplicațiile mobile oferă o oportunitate de a colecta date despre comportamentul utilizatorilor, ceea ce ajută la îmbunătățirea strategiilor de marketing și la creșterea satisfacției clienților.

- Personalizare și experiența clienților devine un element cheie al strategiilor de marketing de succes. Consumatorii se așteaptă la o abordare personalizată și la o

experiență unică cu mărcile. Acest lucru necesită ca companiile să utilizeze datele pentru a crea oferte personalizate și pentru a îmbunătăți experiența clienților.

- Oferte personalizate despre comportamentul clienților vă permite să creați oferte personalizate care se potrivesc mai bine nevoilor și preferințelor acestora. Aceasta poate include recomandări de produse, reduceri personalizate și oferte personalizate. Personalizarea ajută la îmbunătățirea satisfacției clienților și la creșterea loialității față de marcă.

- Ofertele personalizate se pot baza pe diverse date, cum ar fi istoricul achizițiilor, preferințele clienților și comportamentul lor pe site. Acest lucru permite companiilor să creeze oferte mai precise și mai relevante, care să răspundă mai bine nevoilor clienților. În plus, personalizarea ajută la îmbunătățirea eficienței campaniilor de marketing, deoarece clienții primesc oferte cu adevărat interesante și utile pentru ei.

- Abordare omnicanal oferă o experiență perfectă pentru clienți, indiferent de canalul pe care îl folosesc. Aceasta poate include integrarea canalelor online și offline, cum ar fi site-uri web, aplicații mobile, magazine fizice și rețele sociale. O abordare omnichannel ajută la îmbunătățirea satisfacției clienților și la creșterea loialității față de marcă.

Marketingul omnichannel necesită companiilor să utilizeze o varietate de instrumente și tehnologii pentru a oferi clienților o experiență perfectă. Aceasta poate include utilizarea sistemelor CRM pentru a gestiona interacțiunile cu clienții, precum și integrarea diferitelor canale pentru a oferi o experiență consistentă clienților. O abordare omnichannel ajută la îmbunătățirea satisfacției clienților și la creșterea loialității față de marcă.

Utilizarea inteligenței artificiale și a analizei datelor joacă un rol din ce în ce mai important în marketing, permițând companiilor să ia decizii mai informate și să îmbunătățească eficiența campaniilor lor. Aceste tehnologii oferă oportunități unice de analiză a datelor și de a crea strategii de marketing mai precise și mai eficiente.

Asistenții virtuali oferă oportunități unice de personalizare a interacțiunilor cu clienții. Ei pot folosi datele despre comportamentul clienților pentru a crea oferte personalizate și pentru a îmbunătăți experiența clienților. În plus, asistenții virtuali pot fi folosiți pentru a automatiza diverse sarcini, ceea ce ajută la îmbunătățirea eficienței campaniilor de marketing.

Analiză predictivă folosește date pentru a prezice tendințele viitoare și comportamentul clienților. Acest lucru îi ajută pe specialiștii în marketing să dezvolte strategii mai precise și mai eficiente bazate pe date reale. Analiza predictivă oferă capacități unice pentru a analiza datele și a crea strategii de marketing mai precise și mai eficiente.

Analiza predictivă poate fi utilizată pentru o varietate de scopuri, cum ar fi prezicerea comportamentului clienților, analiza eficienței campaniilor de marketing și crearea de oferte personalizate. Acest lucru îi ajută pe specialiștii în marketing să ia decizii mai informate și să îmbunătățească performanța campaniilor lor. În plus, analiza predictivă ajută la îmbunătățirea satisfacției clienților și la creșterea loialității față de marcă.

Consumatorii de astăzi acordă din ce în ce mai multă atenție aspectelor etice și responsabilității sociale ale mărcilor. Companiile care își demonstrează angajamentul față de aceste valori câștigă mai multă încredere și loialitate din partea clienților. Etica și responsabilitatea socială devin elemente importante ale strategiilor de marketing de succes.

Sustenabilitatea mediului devine un factor important pentru mulți consumatori. Companiile care adoptă practici ecologice și oferă produse durabile obțin un avantaj competitiv. Sustenabilitatea mediului ajută la îmbunătățirea reputației unui brand și la creșterea loialității clienților.

Companiile pot folosi o varietate de strategii pentru a-și îmbunătăți sustenabilitatea mediului. Aceasta poate include utilizarea materialelor durabile, reducerea emisiilor de carbon și implementarea practicilor durabile în procesele de fabricație. Sustenabilitatea mediului ajută la îmbunătățirea reputației unui brand și la creșterea loialității clienților.

Responsabilitate socială include sprijinirea inițiativelor publice, a carității și a tratamentului echitabil al angajaților. Brandurile care se implică activ în rezolvarea problemelor sociale atrag atenția și respectul consumatorilor. Responsabilitatea socială ajută la îmbunătățirea reputației unui brand și la creșterea loialității clienților.

Companiile pot folosi o varietate de strategii pentru a-și îmbunătăți responsabilitatea socială. Aceasta poate include sprijinirea organizațiilor caritabile, participarea la inițiative comunitare și tratarea corectă a angajaților. Responsabilitatea socială ajută la îmbunătățirea reputației unui brand și la creșterea loialității clienților.

Principalele obiective ale marketingului în afacerea modernă:

1. **Crearea cererii pentru un produs recent lansat.** Pentru aceasta, marketerii formează noi nevoi de consum.
2. **Analiza segmentului de public țintă.** Aceasta permite determinarea nevoilor pe care clienții sunt dispuși să le satisfacă pe cont propriu.
3. **Construirea și consolidarea relațiilor pe termen lung, reciproc avantajoase, între organizație și clienții săi.** Pentru aceasta, se implementează diverse programe de loialitate.

Un rol esențial în stabilitatea pieței de nișă moderne este jucat de corectitudinea producătorilor. Astfel, dacă calitatea serviciilor sau a produselor este conformă cu standardele declarate inițial, cererea va fi garantată. În schimb, dacă așteptările clienților nu coincid cu realitatea, imaginea companiei și situația sa financiară vor avea de suferit.

Instrumente actuale de marketing

Principalele direcții de dezvoltare ale marketingului au început să apară cu mult timp în urmă, atunci când a apărut necesitatea de a promova produsele. Însă, timpul nu stă pe loc, iar noi metode de creștere a eficienței vânzărilor sunt dezvoltate și implementate constant.

Există două tipuri de marketing: cel tradițional, cunoscut drept „tatăl”, și cel modern, numit „fiul”. Dacă facem o analogie între aceste două generații, „tatăl”

preferă să-și obțină informațiile din ziare și de la televizor, în timp ce „fiul” petrece mult timp online.

O tendință importantă în dezvoltarea marketingului modern este utilizarea activă a tehnologiilor informaționale, în special a internetului. Direcția tradițională de marketing se concentrează pe TV, diverse publicații tipărite și posturi de radio.

Totuși, ca în viața reală, între „tată” și „fiu” există o legătură strânsă. Cu alte cuvinte, marketingul modern funcționează conform principiilor marketingului tradițional, dar explorează spațiul online, în special rețelele sociale precum „Odnoklassniki” și „VKontakte”. Deoarece majoritatea oamenilor de astăzi au conturi pe aceste rețele sociale, reclamele sunt promovate subtil prin intermediul acestora în cadrul marketingului modern. Cu toate acestea, regulile și principiile principale rămân aceleași, tradiționale.

Concluzii:

În concluzie, tendințele moderne în marketing necesită companii să fie flexibile și pregătite pentru schimbare. Transformarea digitală, personalizarea, utilizarea AI și analiza datelor, precum și etica și responsabilitatea socială, devin elemente cheie ale strategiilor de marketing de succes. Urmând aceste tendințe, companiile pot nu numai să-și îmbunătățească rezultatele, ci și să consolideze relațiile cu clienții. Companiile care sunt gata să se adapteze la schimbări și să utilizeze tendințele moderne în marketing pot obține un avantaj competitiv semnificativ. Acest lucru necesită ca companiile să utilizeze o varietate de instrumente și tehnologii pentru a-și îmbunătăți strategiile de marketing și pentru a crește satisfacția clienților. Urmând aceste tendințe, companiile pot nu numai să-și îmbunătățească rezultatele, ci și să consolideze relațiile cu clienții. Obiectivele marketingului modern diferă semnificativ față de cele de acum câteva decenii. Dacă în trecut, marketingul se concentrau doar pe vânzarea produsului fără a lua în considerare interesele consumatorilor, astăzi se monitorizează și se analizează în profunzime toate nevoile și dorințele potențialilor cumpărători. Clientului i se oferă exact ceea ce îl interesează și îi satisface cerințele.

Referințe bibliografice:

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F., Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson, (2019).
2. Day, G. S., Marketing Strategies for Turbulent Times, Harvard Business Review Press, (2020).

MECANISMUL FINANCIAR AL INSTITUȚIILOR PUBLICE

*Raisa Dușcov, CSAF
Daniela Buza, IPF-041, CSAF*

Abstract. În acest articol pe baza studiului efectuat în contextul orilor de curs putem remarca că forma bugetului actual a proclamat că obiectivul principal a managementului mecanismelor instituțiilor financiare bugetare are nevoie de unele reforme în sectorul instituțiilor bugetare cu scopul de a îmbunătăți mecanismul financiar și funcționarea instituțiilor bugetare pentru a fi actualizate cu cerințele pieței actuale. Lucrarea are în vedere aspectele istorice ale formării articolului și evoluția mecanismului financiar și funcționarea instituțiilor bugetare în descrierea, orientarea decizia și ajustarea actelor legislative bugetare pentru îmbunătățirea statul juridic al instituțiilor bugetare din Republica Moldova. Lucrarea identifică de asemenea domeniile pentru îmbunătățirea mecanismului financiar a funcționării instituțiilor bugetare argumentelor în valoarea utilizării și atribuirii sarcinii guvernamentale ca instrument principal de reglementare a volumului și calității serviciilor publice, ce sunt prezentate împreună cu fundamentele mecanismelor de îmbunătățirea și acordare a subvențiilor din sistemul bugetar al Republicii Moldova și de a utiliza finanțarea normativă a serviciilor publice.

Abstract. In this article based on the study carried out in the context of the course hours we can note that the form of the current budget proclaimed that the

main objective of the management of the mechanisms of budgetary financial institutions needs some reforms in the sector of budgetary institutions with the aim of improving the financial mechanism and the functioning of budgetary institutions for to be updated with current market requirements. The work considers the historical aspects of the formation of the article and the evolution of the financial mechanism and the functioning of the budgetary institutions in the description, decision orientation and adjustment of the budgetary legislative acts to improve the legal status of the budgetary institutions in the Republic of Moldova. The work also identifies the areas for improving the financial mechanism of the functioning of budgetary institutions, the arguments in the value of the use and assignment of the governmental task as the main instrument for regulating the volume and quality of public services.

Cuvinte cheie: Mecanismul financiar, instituții publice, relații financiare, activități antreprenoriale, fonduri bugetare.

Introducere

Istoria formării și dezvoltării mecanismului financiar de funcționare a instituțiilor bugetare a fost determinată de principalele tendințe în dezvoltarea relațiilor financiare în condițiile tranziției la relațiile de piață în dezvoltarea economiei interne, activitățile antreprenoriale servește la atingerea scopurilor pentru care a fost creată organizația, cu asigurarea instituțiilor bugetare cu dreptul de a dispune în mod independent de veniturile primite din astfel de activități și de bunurile dobândite din aceste venituri și necesitatea de a contabilizările într-un bilanț separat.

Rezultate și discuții

Trăsături ale unei instituții bugetare au determinat structura și conținutul mecanismului financiar de funcționare a acesteia, care presupunea un mecanism de formare și utilizare atât a fondurilor bugetare, cât și a fondurilor din activități antreprenoriale și alte activități generatoare de venituri. Analiza a mecanismului financiar a indicat eficiența sa scăzută, cauzată de restricțiile asupra statutului juridic al instituțiilor bugetare, care includea:

- Nerespectarea garanțiilor de stat de finanțare suficientă din bugetul instituțiilor necesare funcționării normale, control strict al trezoreriei asupra utilizării fondurilor atât bugetare, cât și extrabugetare, care nu permite desfășurarea unor activități financiare și economice eficiente absența dependenței între volumul fondurilor bugetare oferite și calitatea serviciilor oferite de instituții din sfera socială.

- Eliminarea răspunderii subsidiare a fondatorului pentru obligațiile instituțiilor bugetare, care a predeterminat excluderea acestora din numărul de participanți la procesul bugetar, combinarea fondurilor bugetare și a fondurilor din activități generatoare de venituri într-un singur cont cu necesitatea întocmirii unui plan de activități financiare și economice instituții; extinderea drepturilor instituțiilor bugetare autorităților să dispună de orice bun mobil care le este atribuit, cu excepția bunurilor mobile deosebit de valoroase, a căror listă este stabilită de fondatorul instituției.

Mecanismul instituțiilor bugetare nu este suficient de legat de mecanismele de piață pentru a împărți fondurilor bugetare între instituții și necesită reforme

suplimentare. Mecanismul financiar, care presupune creșterea eficienței activităților instituțiilor bugetare, ar trebui să fie ca scop rezolvarea următoarelor sarcini:

- asigurarea planificării bugetare, alocările către instituții pe bază de normă, tendințe de finanțare bugetară;
- extinderea bazei competitive de repartizare a fondurilor între instituții, în funcție de evaluarea rezultatelor activităților acestora;
- creșterea independenței instituțiilor în utilizarea fondurilor bugetare și asigurarea libertății depline în dispunerea resurselor extrabugetare.

Mecanismul financiar al organizațiilor bugetare trebuie să asigure soluționarea unui număr de probleme, în special:

- întărirea motivației pentru utilizarea eficientă a resurselor financiare și a proprietății de stat; îmbunătățirea calității serviciilor guvernamentale, asigurarea transparenței activităților, controlul asupra indicatorilor individuali de performanță
- asigurarea independenței instituțiilor în utilizarea fondurilor bugetare și desfășurarea activităților financiare și economice, creșterea responsabilității organizațiilor, pentru eficacitatea utilizării fondurilor bugetare și calitatea serviciilor prestate.

Principiile formării misiunilor de stat pentru furnizarea de servicii de stat ar trebui să fie:

- a) abordări metodologice unificate pentru formarea sarcinilor de stat pentru instituțiile bugetare;
- b) asigurarea accesibilității și transparenței informațiilor despre serviciile prestate de instituțiile bugetare și autonome;
- c) realismul și validitatea indicatorilor sarcinii de stat;
- d) măsurabilitatea principalelor indicatori ai sarcinii de stat.

Sarcina este un instrument care leagă activitățile instituțiilor bugetare în ceea ce privește furnizarea de servicii de stat cu punerea în aplicare a priorităților și obiectivelor politicii de stat în sfera socială.

În contextul reformării statutului juridic al instituțiilor de stat, îmbunătățirea mecanismului financiar al instituțiilor bugetare este determinată de necesitatea asigurării eficienței mecanismului de acordare a subvențiilor.

Organizarea finanțării serviciilor de stat prin acordarea de subvenții trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

- asigurarea adecvării volumului fondurilor bugetare acordate instituțiilor bugetare pentru rambursarea cheltuielilor legate de prestarea serviciilor de stat și de întreținere a bunurilor imobile și în special a bunurilor mobile de valoare ale instituției;
- unitate de abordare la calculul și rambursarea costurilor standard pentru prestarea serviciilor de stat și întreținerea imobilelor și mai ales a bunurilor mobile de valoare atribuite de fondator pentru instituțiile bugetare;
- transparența procedurii de calcul și acordare a subvențiilor instituțiilor bugetare, utilizarea instrumentelor de motivare a instituțiilor bugetare să utilizeze eficient subvențiile și să îndeplinească sarcinile de sta în parametrii dați.

Serviciile guvernamentale devin o subvenție pentru rambursarea costurilor de reglementare asociate cu furnizarea de servicii de stat.

Scopul acesteia este îndeplinirea obligațiilor de finanțare a cheltuielilor instituției datorate îndeplinirii sarcinii de stat, precum și a costurilor de întreținere a bunurilor imobile și în special a bunurilor mobile de valoare cesionate de fondator sau dobândite de instituție la cheltuiala cu fonduri, alocate de fondator pentru achiziție astfel de bunuri, inclusiv cheltuielile pentru plata impozitelor, pentru care proprietatea corespunzătoare este recunoscută ca obiect de impozitare. Baza unei subvenții este o sarcină de stat comunicată unei instituții bugetare de către organul executiv care îndeplinește funcțiile și atribuțiile fondatorului.

În contextul reformării statutului juridic al instituțiilor de stat, îmbunătățirea mecanismului financiar al instituțiilor bugetare este determinată de necesitatea asigurării eficienței mecanismului de acordare a subvențiilor. Organizarea finanțării serviciilor de stat prin acordarea de subvenții trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

- asigurarea adecvării volumului fondurilor bugetare acordate instituțiilor bugetare pentru rambursarea cheltuielilor legate de prestarea serviciilor de stat și de întreținere a bunurilor imobile și în special a bunurilor mobile de valoare ale instituției;
- unitate de abordare la calculul și rambursarea costurilor standard pentru prestarea serviciilor de stat și întreținerea imobilelor și mai ales a bunurilor mobile de valoare atribuite de fondator pentru instituțiile bugetare;
- transparența procedurii de calcul și acordare a subvențiilor instituțiilor bugetare, utilizarea instrumentelor de motivare a instituțiilor bugetare să utilizeze eficient subvențiile și să îndeplinească sarcinile de stat în parametrii dați.

În conformitate cu atribuțiile de stat, serviciile guvernamentale devin o subvenție pentru rambursarea costurilor de reglementare asociate cu furnizarea de servicii de stat. Scopul acesteia este îndeplinirea obligațiilor de finanțare a cheltuielilor instituției datorate îndeplinirii sarcinii de stat, precum și a costurilor de întreținere a bunurilor imobile și în special a bunurilor mobile de valoare cesionate de fondator sau dobândite de instituție la cheltuiala cu fonduri, alocate de fondator pentru achiziție astfel de bunuri, inclusiv cheltuielile pentru plata impozitelor, pentru care proprietatea corespunzătoare este recunoscută ca obiect de impozitare. Baza acordării unei subvenții este o sarcină de stat comunicată unei instituții bugetare de către organul executiv care îndeplinește funcțiile și atribuțiile fondatorului. Acordarea subvențiilor se realizează pe baza unui acord încheiat între autoritatea executivă și instituția de învățământ.

Pe lângă costul de furnizare a serviciilor de stat instituțiile bugetare pot primi subvenții în alte scopuri. În prezent, nu există cerințe sau restricții pentru componența subvențiilor vizate pentru instituțiile bugetare. Numirea lor este determinată de autoritățile executive care îndeplinesc funcțiile și puterile fondatorului, cărora le sunt încredințate responsabilitatea pentru formarea și prezentarea către autoritatea financiară a unei liste, a subvențiilor vizate. Beneficiarii subvenții pot exista instituții bugetare care acceptă obligații de a efectua anumite cheltuieli și implementează anumite programe. Acordare a fondurilor bugetare nu exclude o bază competitivă de

repartizare transferul de fonduri între instituțiile bugetare. În prezent, furnizarea de subvenții direcționate din bugetul federal, de exemplu, necesită încheierea unui acord între organul executiv federal, care îndeplinește funcțiile și atribuțiile fondatorului, și instituția bugetară federală.

Introducerea unei noi forme de sprijin financiar pentru instituțiile bugetare și autonome nu exclude situația unei scăderi a volumului fondurilor bugetare acordate instituției față de finanțarea estimată. În conformitate cu actele juridice de reglementare adoptate la nivel federal, standardele inițiale de cost pentru prestarea serviciilor de stat de către instituțiile bugetare sau autonome trebuie stabilite în raport cu fiecare dintre instituțiile bugetare subordonate, pe baza sumei bugetare, alocații pentru prestarea activităților.

Concluzii

O poziție specială în condițiile acordării subvențiilor instituțiilor bugetare revine asigurării destinației acestora. Scopul urmărit al unei subvenții pentru realizarea unei sarcini de stat are o definiție specifică, întrucât acordarea acestei subvenții nu implică reglementarea direcțiilor de utilizare a fondurilor conform codurilor de clasificare a operațiunilor administrației publice. sector. Utilizarea intenționată a acestei subvenții presupune doar alocarea de fonduri bugetare pentru rambursarea cheltuielilor asociate cu furnizarea de servicii de stat (municipale), precum și întreținerea proprietăților atribuite organizației de către fondator sau achiziționate cu ajutorul fondurilor alocate acesteia de către fondator pentru dobândirea unui astfel de bun. Totodată, fondurile bugetare nu sunt alocate pentru întreținerea acestui tip de proprietate dacă aceasta este închiriată cu acordul autorității executive care exercită funcțiile și genul proprietății puterile fondatorului

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. STOICA, A. Curs de Finanțe publice. Galați: Editura Fundației Universitare „Dunărea de Jos”, 2000.
2. BOTNARI, Nadejda; BAURCIULU, Angela. Finanțe. Ch.: ASEM, 2010, 325 p.
3. Legea Republicii Moldova cu privire la finanțele publice și responsabilității bugetar-fiscale
1. nr. 181 din 25.07.2014. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 2014, nr. 223-230 din 08.08.2014
2. <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-finansovogo-mehanizmafunktsionirovaniya-byudzhetnyh-uchrezhdeniy/viewer>

MEDIUL ANTREPRENORIAL DE AFACERI

*Veronica Movileanu CSAF
Valeria Golban CSAF, PAA-41*

Abstract: Acest studiu examinează mediul antreprenorial de afaceri și posibilitatea lui de dezvoltare sustenabilă. Mediul de afaceri definește interacțiunea dintre diversitatea factorilor care pot influența cultura organizațională și posibilitatea acestora de a-și menține stabilitatea pe piață. Prin observațiile duse s-au descoperit idei și metode de funcționare a mediului antreprenorial care sugerează că în pofida provocărilor, există potențialul de creștere continuă. Indiferent dacă sunt proprietate privată sau publică, trebuie să țină seama de incertitudine.

Cuvinte cheie : *mediul antreprenorial, dezvoltare, factori externi, factori interni, clasament*

Introducere: Mediul antreprenorial de afaceri reprezintă diversitatea situațiilor, factorilor și condițiilor de gestionare a activității ce au la bază necesitatea unei abordări echilibrate de creștere economică și industrială. Posibilitatea de dezvoltare este strâns legată de anumite norme pe care le impun anumiți factori. Cunoașterea acestora și aplicarea unor constrângeri poate favoriza direct procesul de funcționare a mediului de afaceri. Astfel funcționarea oricărui tip de activitate antreprenorială implică adaptarea la un climat impus de anumite impedimente care se pot schimba de la o perioadă la alta. Articolul are la bază analiza reglementarilor, proceselor de funcționare și expunerea la confruntările caracteristice mediului de afaceri. Accentul este pus pe rezultatele evaluării mediului de afaceri – tendințele principale și factorii determinanți ai acestora.

Metode aplicate: Cercetarea s-a bazat pe un studiu aprofundat în literatura de specialitate precum și analiza statisticilor relevante. S-au examinat date recente disponibile prin intermediul instituțiilor statistice, cum ar fi Biroul Național de Statistică, pentru a înțelege structura dinamică antreprenoriatului în țară. Aceste date

ne oferă o imagine clară a ponderii diferitor sectoare și a tendințele de creștere . Prin revizuirea articolelor privind impactul reformelor legislative și analiza celor mai bune practici pentru dezvoltarea afacerilor în contextul actual.

Rezultate și discuții : Mediul de afaceri reprezintă o combinarea tuturor indivizilor, firmelor, forțelor și factorilor care pot fi sau nu sub controlul organizației de afaceri și are un impact direct sau indirect asupra supraviețuirii, creșterii performanței și profitabilității acesteia. Joseph Schumpeter (economist austriac, 1934) spunea: „În antreprenoriat există o înțelegere pe care o facem în legătură cu un anumit tip de comportament, care include: 1) inițiative; 2) organizarea și reorganizarea mecanismelor socioeconomice; 3) acceptarea riscului și a eșecului”. Mediul de afaceri stă la baza dezvoltării sociale a țării și predetermină conținutul și direcția posibilelor acțiuni ale oamenilor de afaceri. Sarcina societății se rezumă la crearea unui mediu de afaceri favorabil antreprenorilor. Societatea în sens material și spiritual va fi mai înaltă, cu cât procesul economic este mai eficient. Efectul procesului economic depinde de cantitatea și calitatea antreprenorilor deja funcționali, precum și a persoanelor potențial pregătite pentru acest tip de activitate. Calitatea antreprenorilor funcționali și implicarea noilor antreprenori în acest proces depind de regulile jocului pe care statul le stabilește pentru acest sector al vieții publice. În consecință, este mai oportun ca statul să stabilească reguli de joc care să se potrivească cel mai bine intereselor, dorințelor și aspirațiilor atât ale antreprenorilor existenți, cât și ale celor potențial pregătiți să intre în procesul economic.(1)

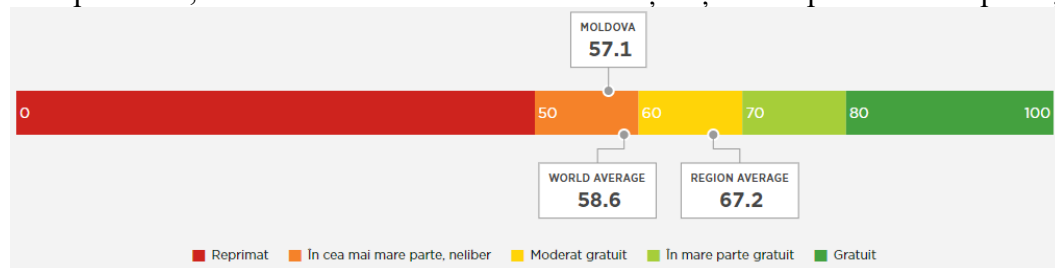
Mediul extern, care cuprinde: - mediul politic; - mediul cultural și social; - legislația națională și comunitară; - impactul globalizării; - fazele ciclului economic în țara respectivă, respectiv UE; structura pieței; - modificarea tehnologiilor informațional și de comunicații; - uniunea economică și monetară. • **Mediul intern**, care cuprinde: - patronatul; - sursele de finanțare; - mărimea firmei; - structura organizatorică; - managementul; - politica de resurse umane.

În evaluarea mediului de afaceri este folosită așa numita tehnică PESTLE, care se referă la: - factorii politici care influențează mediul de afaceri - factorii economici - factorii sociologici - influențele tehnologice - factorii legali - probleme legate de mediul înconjurător, etica în afaceri[2]. Unul dintre avantajele principale ale analizei este capacitatea sa de a identifica riscurile și amenințările potențiale care decurg din factori interni și externi împreună. Analizând sistematic factorii organizațiile pot anticipa provocările și pot dezvolta strategii pentru a atenua sau a evita riscurile. Această abordare proactivă ajută organizațiile să evite schimbările perturbatoare și să mențină continuitatea afacerii.

Luând în considerare specificul situației economice și politice în Republica Moldova tendințele în evoluția activității economice, **managerii întreprinderilor mijlocii** estimează pentru trimestrul IV 2024 *creștere moderată* a activității economice (sold conjunctural +14%) și a veniturilor din vânzări (sold conjunctural +12%); *relativă stabilitate* a numărului de salariați (sold conjunctural +4%) și a prețurilor de vânzare (sold conjunctural +2%). În cazul **întreprinderilor mici** (cu numărul de la 10 până la 49 salariați inclusiv) estimează pentru trimestrul IV 2024

relativă stabilitate a activității economice (sold conjunctural +5%), a veniturilor din vânzări (sold conjunctural +2%) și a numărului de salariați (sold conjunctural +5%); *creștere moderată* a prețurilor de vânzare (sold conjunctural +10%) [3].

Clasamentul libertății economice. În Indexul Libertății Economice din 2024, Republica Moldova este considerată „parțial liberă”, având ca scor 57,1. Acest scor plasat sub media globală de 58,6 și media europeană de 67,2 situează Moldova pe locul 99 la nivel mondial și pe poziția 40 din 44 în Europa. Aceasta scădere se datorează provocărilor persistente legate de stabilitatea economică și mediul antreprenorial, care rămâne afectat de birocrație și de lipsa de transparență.



Bazele libertății economice nu sunt nici bine stabilite, nici puternic protejate în Moldova. Progresele în realizarea unui management macroeconomic solid și în îmbunătățirea climatului antreprenorial au fost inegale. Performanța economică a țării este sub potențial, iar statul de drept slab subminează perspectivele unei dezvoltări economice mai semnificative și mai dinamice pe termen lung. Moldova a adoptat unele reforme de reglementare, dar birocrația și lipsa de transparență fac încă împovărătoare formarea și funcționarea întreprinderilor private. Cea mai recentă rată a inflației disponibilă este de 28,6 la sută.[4].

În anul 2024, economia a continuat să se bazeze pe diverse sectoare de activitate, fiecare contribuind în mod specific la Produsul Intern Brut al țării. Conform datelor disponibile pentru primul trimestru al anului 2024, anumite sectoare au avut un impact semnificativ asupra alegerii domeniului de activitate a antreprenorilor : **Comerțul cu ridicata și amănuntul, întreținerea și repararea autovehiculelor** care a contribuit cu 1,1 % la creșterea PIB, având o pondere de 15,2% în formarea lui. **Informații și comunicații** - sector care a avut o pondere de 7,4% și o creștere a VAB de 5,8%.(5).Ponderea semnificativă a comerțului și sectorului IT evidențiază oportunitățile de investiții și de dezvoltare a întreprinderilor mici și mijlocii oferindu-le antreprenorilor acces la resurse tehnologice și informațiile necesare pentru a-și digitaliza procesul de afaceri.

În 2023, Moldova a implementat măsuri de simplificare a înființării afacerilor, cum ar fi reducerea birocrației și facilitarea accesului pentru IMM-uri. Aceste reforme au dus la o îmbunătățire a condițiilor de operare pentru antreprenori, deși provocările rămân, inclusiv corupția și slaba aplicare a legii. Aproape 24 % dintre tineri cu vârste între 15 și 34 de ani nu sunt angajați și nu urmează educația sau formarea[6], subliniind o problemă semnificativă a forței de muncă în contextul dezvoltării economice.

Cu toate acestea, provocările persistă. Corupția și slaba aplicare a legii continuă să prezinte obstacole semnificative. Rapoartele indică faptul că aproximativ 40% din antreprenori consideră că instabilitatea legală și fiscală este un impediment major pentru creșterea afacerilor

Concluzii: Mediul antreprenorial de afaceri evidențiază o realitate complexă, în care provocările și oportunitățile coexistă într-o dinamică constantă. S-au analizat nu doar dificultățile cu care se confruntă antreprenorii dar și progresele semnificative realizate în ultimii ani.

Reformele implementate de autorități, cum ar fi simplificarea procedurilor de înregistrare și accesul îmbunătățit la finanțare, demonstrează aranjamentul și tendința de a crea un mediu favorabil. Reformarea sistemului și a cadrului actual de reglementare va fi cu atât mai eficientă cât va beneficia de instrumente durabile și eficiente pentru implementare. În acest sens, este necesară întărirea dialogului dintre sectorul public și cel privat, precum și o implicare mai activă a mediului de afaceri în crearea și revizuirea normelor. Instanțele de judecată joacă, de asemenea, un rol important în acest proces, fiind obligat să răspundă imparțial și prompt la reclamațiile întreprinzătorilor în caz de încălcare a drepturilor lor de autoritățile publice, la emiterea în acțiunile permissive, la compensarea prejudiciilor suferite de aceștia, precum și la intervenția nejustificată în acțiuni.

Strategia și tactica sunt două dinamici inseparabile pentru organizare care pot fi la fel ca un joc de șah. Ciclul de viață infinit teoretic al organizațiilor are nevoie de un management strategic bine stabilit. Pentru a crea avantaj competitiv între concurenți, conducerea de vârf a organizațiilor trebuie să analizeze mediul și factori foarte atent. Fără proces de scanare a mediului, organizația poate fi privită ca una oarbă într-un ecosistem care se termină cu închiderea activității. Antreprenorii vor continua să contribuie esențial la creșterea economică prin intermediul lor se va înainta inovare, eficiență în cercetare și dezvoltare, crearea de locuri de muncă, competitivitatea, productivitatea și formarea unei noi industrii. Toate aceste trăsături vin să confrunte poate, actuala criză financiară.

Bibliografie

1. Suleimenova G.N. MEDIUL DE AFACERI AL ANTREPRENORIATULUI // Revista științifică. Științe Economice. – 2016. – Nr 1. – P. 94-102;
2. Componentele mediului de afaceri Conf. univ. dr. Dragoș Gabriel MECU Universitatea „Artifex” din București
3. https://statistica.gov.md/index.php/ro/tendinte-in-evolutia-activitatii-economice-in-trimestrul-iv-2024-9557_61496.html
4. <https://www.heritage.org/index/pages/country-pages/moldova>
5. https://statistica.gov.md/ro/produsul-intern-brut-in-trimestrul-ii-2024-9497_61464.html
6. <https://www.worldbank.org/en/country/moldova/overview>

MUNCA DECENTĂ ȘI CREȘTEREA ECONOMICĂ ÎN IMM ALE REPUBLICII MOLDOVA

*Rabadji Svetlana, I.P. Colegiul Agroindustrial din Rîșcani
Cătălina Olievschi, IP Colegiul Agroindustrial din Rîșcani*

"Munca decentă și creșterea economică" reprezintă unul dintre obiectivele de dezvoltare durabilă stabilite de Republica Moldova, fiind prioritar pentru întărirea economiei naționale și asigurarea bunăstării populației. Acest obiectiv poate fi atins prin implicarea și susținerea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM), care generează un număr semnificativ al locurilor de muncă și contribuie la reducerea șomajului și stabilitatea economică.

În acest context, sunt necesare două tipuri de modificări: directe și indirecte. Diferența constă în modul în care acestea influențează activitatea de zi cu zi a IMM. Modificările directe includ: politici noi de remunerare și motivare a muncii, combaterea corupției la toate nivelurile și încurajarea antreprenorilor să acceseze subvenții și granturi. Modificările indirecte vizează: reformarea sistemului educațional prin promovarea educației financiare și antreprenoriale la toate nivelurile, dezvoltarea și susținerea programelor de învățământ dual, precum și încurajarea practicii de achiziție a valorilor mobiliare de stat.

Aceste măsuri reprezintă doar câteva modalități de a asigura munca decentă și creșterea economică în Moldova, însă ele vor contribui semnificativ la creșterea nivelului de trai al cetățenilor, dar și la realizarea altor obiective de dezvoltare durabilă.

Decent work and economic growth in smes of the republic of moldova

"Decent work and economic growth" represents one of the sustainable development goals established by the Republic of Moldova, being a priority for strengthening the national economy and ensuring the well-being of the population. This goal can be achieved through the involvement and support of small and medium-sized enterprises (SMEs), which generate a significant number of jobs and contribute to reducing unemployment and ensuring economic stability.

In this context, two types of changes are necessary: direct and indirect. The difference lies in how they influence the daily activities of SMEs. Direct changes include new policies for work remuneration and motivation, combating corruption at all levels, and encouraging entrepreneurs to access subsidies and grants. Indirect

changes focus on reforming the educational system by promoting financial and entrepreneurial education at all levels, developing and supporting dual education programs, as well as encouraging the practice of purchasing government securities.

These measures represent just a few ways to ensure decent work and economic growth in Moldova; however, they will significantly contribute to improving the standard of living for citizens and achieving other sustainable development goals.

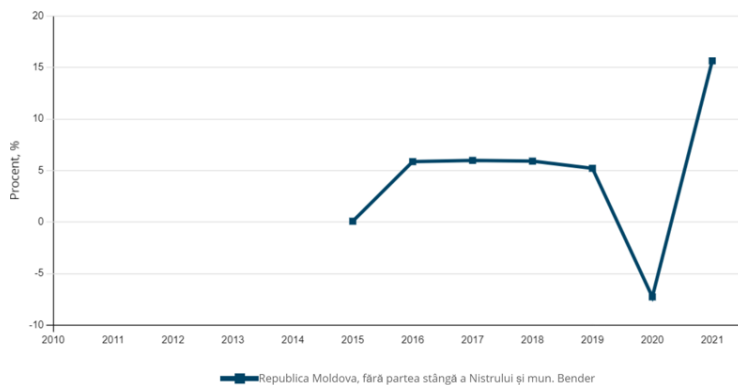
Cuvinte-cheie: Muncă, antreprenoriat, întreprinderi mici și mijlocii (IMM), creștere economică, educație financiară, învățământ dual, valoare mobilă de stat, grant.

Introducere: IMM-urile din Republica Moldova reprezintă aproximativ 99,2% din totalul întreprinderilor și oferă 65,3% din locurile de muncă la nivel național [1]. Acestea acoperă diverse sectoare, precum agricultura, industria prelucrătoare, comerțul și serviciile. Ele contribuie în mod semnificativ la PIB-ul național și oferă locuri de muncă pentru majoritatea populației active. Cu toate acestea, una dintre provocările majore cu care se confruntă acest sector este asigurarea muncii decente pentru angajați. Conform Organizației Internaționale a Muncii (OIM), munca decentă presupune un venit echitabil, condiții sigure de muncă, protecție socială și posibilități de dezvoltare personală [2]. În acest context, acest articol explorează impactul muncii decente asupra creșterii economice în IMM-urile din Republica Moldova, utilizând metode de analiză cantitativă și calitativă pentru a evalua situația actuală.

Metode aplicate: Un aport semnificativ pentru cercetarea subiectului l-a avut studiul literaturii de specialitate, monitorizarea legislației aplicabile, monitorizarea site-urilor web oficiale ale autorităților publice relevante și analiza informațiilor afișate, analiza datelor statistice oferite de Biroul Național de Statistică și Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării privind evoluția IMM-urilor și indicatorii de muncă decentă, precum nivelul salariilor, condițiile de muncă și protecția socială. Rezultatele obținute au fost comparate cu standardele internaționale de muncă decentă, stabilite de Organizația Internațională a Muncii, pentru a vedea unde se situează IMM-urile moldovenești în raport cu aceste norme.

Rezultate și discuții: Muncă Decentă și Creștere Economică (ODD 8) reprezintă un obiectiv de dezvoltare durabilă care a fost adoptat de Națiunile Unite în 2015 ca un apel universal de a eradică sărăcia, proteja planeta și asigura că toți oamenii vor trăi în pace și prosperitate până în 2030. Cele 17 obiective de dezvoltare durabilă sunt interconectate, recunoscând că acțiunile dintr-un domeniu vor influența rezultatele din alte domenii, iar dezvoltarea trebuie să echilibreze sustenabilitatea socială, economică și de mediu. Scopul ODD 8 este de a promova creșterea economică sustenabilă, productivitatea crescută și inovația tehnologică. Acest lucru include susținerea antreprenoriatului, crearea de locuri de muncă și eradicarea muncii forțate, sclaviei și traficului de persoane, cu obiectivul de a asigura locuri de muncă productive și decente pentru toți bărbații și femeile până în 2030 [3]. Una dintre țintele acestui obiectiv este menținerea creșterii economice pe cap de locuitor prin creștere anuală de cel puțin 7% a PIB-ului calculat ca raportul dintre PIB anual

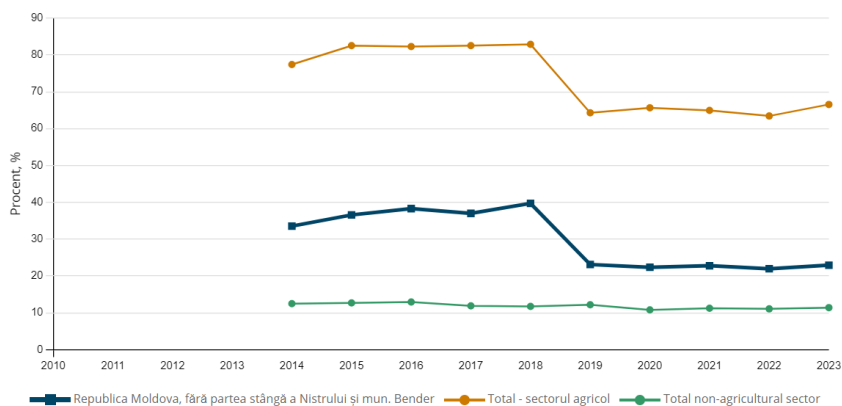
(anul de referință) recalculat în prețurile anul precedent la numărul mediu anual al populației în anului de referință. Conform datelor din figura 1 Rata anuală de creștere a PIB pe cap de locuitor Republica Moldova atinge acest nivel doar în anul 2021 cu 15,656%.



Sursă: Biroul Național de Statistică

Figura 1. Rata anuală de creștere a PIB pe cap de locuitor

Economia informală cuprinde aproximativ un sfert din economie. În anul 2023, ponderea persoanelor ocupate în economia de piață, informal a fost de 22,95%. În sectoarele non-agricol și public, ocuparea informală a constituit 11,43%, construcțiile fiind cele mai afectate. În sectorul construcțiilor activează 63,3 mii persoane, însă doar 21,4 mii sunt angajați oficial. Munca nedeclarată este o altă problemă structurală, întrucât a constituit 5,7% în trimestrul IV al 2023 față de 6,6% în trimestrul IV al 2022. Angajarea fără încheierea contractelor individuale de muncă (în baza acordurilor verbale) este mai frecventă în rândul bărbaților (7,7%) comparativ cu femeile (3,9%).



Sursă: Biroul Național de Statistică

Figura 2. Ponderea ocupării informale în economia Republicii Moldova

Salariul mediu lunar pe economie înregistrează o creștere constantă din 2019 până în 2024 însă este la sub-nivelul valorilor spațiului european. Deși procentul de creștere anuală a fost afectat temporar în 2020 de urmările economice a pandemiei, salariile și-au reluat trendul ascendent, reflectând o recuperare economică și o adaptare la condițiile pieței.

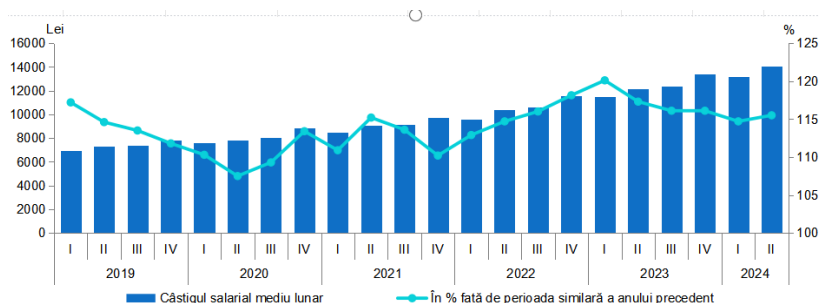


Figura 3. Evoluția câștigului salarial mediu lunar, pe trimestre

Sursă: Biroul National de Statistica al Republicii Moldova

Și corupția reprezintă un obstacol major în calea dezvoltării economice. Măsurile eficiente de transparență și responsabilitate sunt cruciale pentru a stimula încrederea în mediul de afaceri. Inițiativele de promovare a transparenței în achizițiile publice, de exemplu, au demonstrat că un mediu de afaceri curat atrage investiții și contribuie la creșterea economică deoarece sporește nivelul de încredere între agenți economici, organizații și alți participanți.

Conform studiului aprofundat asupra sectorului întreprinderilor mici și mijlocii din Republica Moldova realizat de Alianța Întreprinderilor Mici și Mijlocii din Moldova [4] Republica Moldova are mult mai puține IMM-uri pe cap de locuitor decât nivelul normal în UE, IMM-urile moldovenești angajează în medie mai mulți oameni decât normele UE sau cele din țările vecine, dimensiunea mai mare și numărul mai mic implică în mod colectiv reglementări mai greoaie, în consecință, IMM-uri mai informale. Veniturile IMM-urilor per angajat sunt mult mai mici decât cele apropiate de statele similare din UE (Moldova 24.900 EUR vs Estonia 138.000 EUR și Slovenia 129.000 EUR). Cifrele Moldovei se compară mai ușor cu națiunile balcanice cu niveluri ridicate de muncă informală (Albania și Macedonia de Nord).

Pentru ca IMM-urile să poată contribui semnificativ la creșterea economică sustenabilă, este esențial să fie implementate politici care să sprijine dezvoltarea acestora. Statul, în parteneriat cu sectorul privat, trebuie să se asigure că IMM-urile au acces la resurse financiare, tehnologii moderne și formare profesională, ceea ce va permite angajarea de personal calificat și inovativ. Totodată, trebuie să se pună accent pe condiții de muncă sigure și salarii corecte, aspecte care vor duce la o creștere a productivității și la dezvoltarea pe termen lung a acestor afaceri.

De asemenea, statul poate asigura dezvoltarea și creșterea economică prin formarea inițială și continuă a specialiștilor. Astfel, poate fi preluat exemplul Finlandei, a țării se clasează constant în partea de sus a evaluărilor globale privind

educația financiară, cu cetățenii săi demonstrând un nivel ridicat de competență în diverse aspecte ale finanțelor personale. Reușita Finlandei în atingerea celei mai educate populații din punct de vedere financiar este o dovadă a angajamentului său de a dota cetățenii cu abilitățile necesare pentru a naviga în complexitatea lumii financiare moderne. Prin introducerea timpurie a educației financiare, investiția continuă în formarea profesorilor și promovarea unei culturi de comportament financiar responsabil, Finlanda a stabilit un exemplu pentru alte națiuni. [5] Învățământul dual, care urmează a fi implementat și în universitățile din Moldova începând cu anul 2025, poate sprijini tinerii în procesul de accesare a pieții muncii, acesta fiind un proces stresant și complicat pentru cei care nu au acces la formare și/sau nu au experiență de muncă anterioară.

O metodă de a asigura a stabilității financiare în cadrul IMM-urilor reprezintă încurajarea achiziției valorilor mobiliare de stat. Promovarea investițiilor în aceste instrumente financiare este esențială pentru diversificarea surselor de finanțare. Valorile mobiliare de stat (VMS) – sunt instrumente financiare emise de Ministerul Finanțelor prin care statul se împrumută în scopul finanțării cheltuielilor publice. Astfel, investind în valori mobiliare de stat, oferiți bani cu împrumut statutului pentru o anumită perioadă de timp, iar statul vă va achita o dobândă și vă va restitui suma investită la scadență [6]. Crearea de programe care facilitează accesul IMM-urilor la valori mobiliare poate sprijini dezvoltarea sustenabilă.

Concluzii: Pentru a atinge obiectivul muncii decente și al creșterii economice în IMM-uri, Republica Moldova trebuie să se concentreze pe politici economice sustenabile, care să favorizeze crearea de locuri de muncă de calitate și să sprijine dezvoltarea afacerilor mici și mijlocii, garantând astfel o economie competitivă și rezistentă în viitor.

Acțiuni necesare de întreprins:

1. Schimbări la nivel de educație: introducerea educației financiare și antreprenoriale ca obiect de bază pentru elevi și studenți, precum și promovarea orientării profesionale în rândul elevilor și studenților. Dezvoltarea a mai multor programe de învățământ dual;
2. Remunerarea adecvată a muncii;
3. Promovarea introducerii beneficiilor financiare și nefinanciare la locul de muncă;
4. Salariu afișat și transparent, excluderea muncii informale ;
5. Promovarea transparenței și respectării legii și reflectării tuturor veniturilor, argumentând importanța impozitelor achitate pentru stat;
6. Susținerea în continuare prin granturi și subvenții a IMM-urilor, ghidarea antreprenorilor în procesul de aplicare pentru granturi și subvenționare;
7. Într-un mediu economic orientat spre profit în detrimentul stării de sănătate, psihologice și financiare a forței de muncă este important să devenim promotori ai schimbării.

Referințe bibliografice:

1. Report Time to Act for SDG 8: Integrating Decent Work, Sustained Growth and Environmental Integrity ISBN: Web PDF: 978-92-2-133678-5
2. Activitatea întreprinderilor mici și mijlocii în anul 2023
3. What are the Sustainable Development Goals?
4. David Smith, Dumitru Vicol, Mihai Malașevschi, CARTA ALBĂ A IMM-LOR ANALIZA APROFUNDATĂ CONSTATĂRI ȘI RECOMANDĂRI.

5. Țara cu cel mai ridicat nivel de educație financiară
6. Produse financiare: ce posibilități de economii și investiții sunt pe piața financiară din Republica Moldova
- 7.

PARTICULARITĂȚILE FUNCȚIILOR ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCI

*Veronica Movileanu, CSAF
Harcenco Alina, CSAF*

Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) reprezintă un element esențial al economiei Republicii Moldova, contribuind semnificativ la creșterea economică, inovare și ocuparea forței de muncă. Acest articol explorează funcțiile IMM-urilor în contextul actual, analizând provocările și oportunitățile lor și evidențiind modul în care acestea își adaptează strategiile în fața schimbărilor economice și tehnologice. Small and medium-sized enterprises (SMEs) are a vital component of the Moldovan economy, significantly contributing to economic growth, innovation, and job creation. This article explores the functions of SMEs in the current context, analyzing their challenges and opportunities, and highlighting how they adapt their strategies in response to economic and technological changes.

Cuvinte cheie: *IMM-uri, funcții, întreprinderi, dezvoltare economică, finanțare, digitalizare.*

Introducere:

Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) reprezintă peste 90% din totalul întreprinderilor din Republica Moldova, angajând aproximativ 60% din forța de muncă activă și contribuind la aproximativ 40% din PIB-ul țării (Agenția pentru Dezvoltarea Regională, 2023). IMM-urile joacă un rol crucial în creșterea economică și diversificarea sectoarelor industriale, în special în agricultură, servicii și industria manufacturieră. Datorită flexibilității și capacității de a se adapta rapid la schimbările economice și sociale, IMM-urile contribuie la inovare și la crearea de locuri de muncă, chiar și în perioadele de criză economică. Cu toate acestea, IMM-urile din Republica Moldova se confruntă cu numeroase provocări, printre care accesul dificil la finanțare, infrastructura subdezvoltată și birocrăția excesivă. Acest articol își propune să analizeze funcțiile principale ale IMM-urilor, să identifice dificultățile actuale și să evidențieze oportunitățile de dezvoltare.

Metode Aplicate:

Cercetarea acestui articol s-a bazat pe o analiză calitativă a literaturii de specialitate, a rapoartelor publicate de instituții guvernamentale și organizații internaționale. Am examinat impactul politicilor economice și fiscale asupra IMM-urilor din Moldova, rolul finanțării externe și interne și procesele de digitalizare care au influențat mediul de afaceri.

Rezultate și Discuții:

Funcția de Producție și Operațiuni

IMM-urile din Moldova sunt implicate în diverse sectoare, printre care producția de bunuri alimentare, textile, și prelucrarea produselor agricole. În acest context, majoritatea întreprinderilor mici și mijlocii utilizează tehnologii tradiționale, fiind limitate de resursele disponibile și de accesul dificil la inovații tehnologice moderne. În sectorul agricol, IMM-urile joacă un rol important în producția alimentară, însă accesul la echipamente moderne și resurse tehnologice este adesea redus din cauza costurilor mari și a lipsei de infrastructură (Ministerul Economiei al Republicii Moldova, 2023).

O soluție promițătoare pentru IMM-uri este digitalizarea proceselor de producție. Implementarea tehnologiilor digitale, cum ar fi soluțiile ERP (Enterprise Resource Planning) și sistemele automatizate de management al producției, poate crește semnificativ eficiența și productivitatea întreprinderilor mici și mijlocii (Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, 2022). Însă, fără sprijin financiar și acces la formare profesională, adoptarea acestor soluții rămâne o provocare majoră.

Funcția Financiară

Finanțarea este una dintre cele mai mari dificultăți pentru IMM-urile din Moldova. Ratele dobânzilor bancare sunt ridicate, iar cerințele de garanții impuse de bănci sunt stricte, ceea ce face dificil pentru antreprenorii mici să acceseze credite (Banca Mondială, 2022). Deși există programe guvernamentale, cum ar fi PARE 1+1 și Fondul de Garantare a Creditelor, acestea nu acoperă necesitățile întregului sector, iar IMM-urile mici rămân în mare parte dependente de finanțare proprie sau de împrumuturi informale. În ciuda acestor obstacole, în ultimii ani, s-a observat o creștere a inițiativelor de finanțare internațională, prin fonduri europene și instituții precum BERD (Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare), care oferă granturi și credite cu dobândă redusă pentru susținerea IMM-urilor. Totuși, este necesară o mai mare transparență și simplificare a proceselor de aplicare pentru ca IMM-urile să poată accesa eficient aceste resurse (Centrul pentru Studii Economice și Financiare, 2021).

Funcția de Marketing

Marketingul reprezintă o provocare importantă pentru IMM-urile din Moldova, în special datorită resurselor limitate și concurenței majore atât pe plan local, cât și internațional. În ultimii ani, IMM-urile au început să folosească tot mai mult marketingul digital pentru a-și promova produsele și serviciile, în special prin intermediul platformelor de social media, cum ar fi Facebook, Instagram și TikTok. Deși marketingul digital este mai accesibil decât formele tradiționale de publicitate, multe IMM-uri din Moldova nu dispun de cunoștințele necesare pentru a desfășura campanii eficiente sau nu au acces la servicii specializate. Din acest motiv, este esențial ca IMM-urile să investească în formarea personalului în tehnici moderne de marketing și să colaboreze cu agenții externe pentru a-și extinde vizibilitatea și a atrage clienți noi.

Funcția de Resurse Umane

Una dintre cele mai mari provocări pentru IMM-urile moldovenești este recrutarea și reținerea angajaților calificați. Migrația tinerilor și a forței de muncă calificate către alte țări, în căutarea unor oportunități mai bune, a creat un deficit de resurse

umane în multe sectoare. IMM-urile se confruntă astfel cu dificultăți în găsirea angajaților cu competențe tehnice și profesionale adecvate (Ministerul Economiei al Republicii Moldova, 2023).

Pentru a contracara această problemă, IMM-urile sunt nevoite să investească în formarea continuă a angajaților, oferind cursuri de perfecționare și programe de dezvoltare a competențelor. Cu toate acestea, resursele financiare limitate îngreunează aceste eforturi. Este nevoie de mai multe inițiative guvernamentale și europene pentru sprijinirea IMM-urilor în ceea ce privește formarea forței de muncă și dezvoltarea profesională (Banca Mondială, 2022).

Concluzii

IMM-urile din Republica Moldova sunt o componentă vitală a economiei naționale, dar se confruntă cu numeroase provocări care le împiedică dezvoltarea pe deplin. Funcțiile-cheie — producția, finanțele, marketingul și resursele umane — sunt afectate de probleme structurale și de accesul limitat la resurse. Totuși, există oportunități de creștere prin digitalizare, acces la finanțare externă și sprijin guvernamental. Reformele economice și inițiativele de sprijinire a IMM-urilor ar putea contribui semnificativ la creșterea competitivității acestui sector pe piețele internaționale.

Referințe bibliografice:

1. Agenția pentru Dezvoltarea Regională (2023). Raportul de evaluare a impactului IMM-urilor în Republica Moldova. (<https://cancelaria.gov.md/sites/default/files/document/attachments/nu-208-mded-2023.pdf>)
2. Banca Mondială (2022). Accesul la finanțare pentru IMM-uri în Europa de Est și Asia Centrală. (<https://www.worldbank.org/ro/country/moldova/overview>)
3. Ministerul Economiei al Republicii Moldova (2023). Strategia națională pentru dezvoltarea IMM-urilor. (https://mded.gov.md/wp-content/uploads/2023/03/startegia_imm_rom_mod_2016.docx)
4. Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (2022). Rolul IMM-urilor în dezvoltarea durabilă. (https://unece.org/sites/default/files/2022-05/9789211172911_I4SDR_MOLDOVA_2021_web_full%2Bcover_RO.pdf)
5. Centrul pentru Studii Economice și Financiare (2021). Impactul digitalizării asupra IMM-urilor din Moldova. (https://www.egov.md/sites/default/files/document/attachments/strategia_de_transformare_digitala_2023-2030.pdf)

PERSPECTIVELE SECTORULUI IMM DIN REPUBLICA MOLDOVA

*Movileanu Veronica, CSAF
Mirela Prepelită, CSAF, PAA-041*

Introducere:

Dezvoltarea sectorului IMM constă în întărirea și diversificarea capacității sectorului IMM în ansamblu de a gestiona procesul de realizare a intereselor vitale ale celor mai variate și cuprinzătoare segmente de IMM-uri. Prin urmare, dezvoltarea sectorului IMM constă în întărirea și diversificarea capacității lui de a promova și de a implementa soluționarea problemelor de mai sus în sprijinul celor mai variate și cuprinzătoare segmente de IMM-uri. Dezvoltarea sectorului are ca efect direct reducerea sărăciei și, de asemenea, produce efecte demografice benefice. Altfel spus, Programul de dezvoltare a sectorului IMM are o importanță de nivel strategic național. Luînd în calcul aportul sectorului IMM la PIB, reprezintă contribuția crucială a municipiului Chișinău la dezvoltarea socială și economică a țării.

Condiția necesară a dezvoltării sectorului IMM reflect îmbunătățirea competențelor antreprenoriale reprezintă o condiție necesară a securizării și măririi profitului fiecărei întreprinderi din sectorul IMM.

Dezvoltarea sectorului se axează pe realizarea intereselor vitale ale IMMurilor – dezvoltarea securizată a avantajelor competitive ale afacerilor lor. Aceste interese sînt cele antreprenoriale, deoarece administratorii IMM-urilor acționează strict în cadrul antreprenoriatului. Aceste interese converg spre grijile ce țin de securizarea și mărirea profitului. Aceasta se poate obține, pe căi legale, strict ca urmare a îmbunătățirii competențelor manageriale în vederea ridicării productivității, asigurării stabilității financiare a afacerii, gestiunii riscurilor (generate de amenințările din mediu) și valorificării oportunităților identificate în mediul întreprinderii concrete.

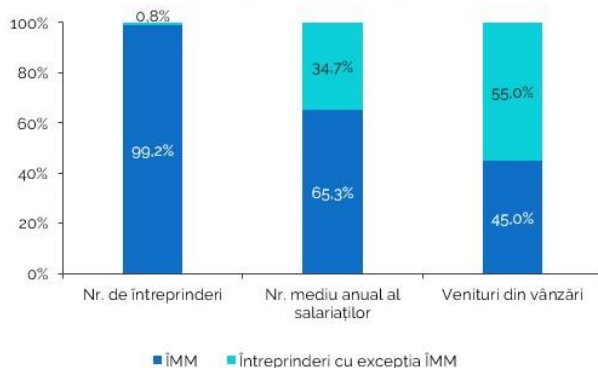
Analiza situației IMM:

Numărul efectiv de IMM-uri operaționale, adică active, în capitală ar fi de cca 25 mii întreprinderi, cu cca 30% mai puțin decît cea declarată conform datelor BNS (cca 36 mii întreprinderi înregistrate). Cele mai inactive IMM-uri sînt întreprinderi de tip Micro. Situația este practic similară pentru toate sectoarele economice.

Conform sectorului de activitate a IMM-urilor, ca număr de întreprinderi domină întreprinderile din sectorul Comerț. În acest sector este concentrată și majoritatea personalului angajat din sectorul IMM din mun. Chișinău, urmat de sectorul industriei prelucrătoare. Distribuția de personal între cele 3 tipuri de IMM-uri (micro,

mici, mijlocii) este practic egală, cu cca 30-33% pe fiecare categorie de IMM. IMM-urile declară de trei ori mai des lipsa de profit față de întreprinderile mari. Cu cât mai mic este IMM-ul, cu atât mai rar acesta înregistrează un profit. IMM-urile de tip micro nu înregistrează de circa trei ori mai des profit decât IMMurile mici și mijlocii. Fiecare a doua întreprindere de tip micro raportează lipsa de profit.

Figura 1. Ponderea întreprinderilor IMM în totalul întreprinderilor raportoare în anul 2023 pe principalii indicatori



Datorită caracteristicilor sale specifice sectorul IMM dispune **de un șir de avantaje** precum:

- reprezintă o forță cantitativă decisivă în economia țării;
- dispune de posibilități enorme de înglobare a unei game variate de produse și servicii;
- este foarte flexibil și ușor adaptabil la modificările conjuncturii pieței;
- reprezintă un generator de inovare și transfer tehnologic;
- contribuie semnificativ la formarea PIB și la creșterea economică;
- este capabil să dezvolte și să încadreze o cotă mare a forței de muncă.

Pentru dezvoltarea IMM sunt prestabilite următoarele perspective la nivelul politicilor de suport:

- elaborarea propunerilor de politici publice cu privire la dezvoltarea industriilor creative;
- identificarea și implementarea schemelor și modelelor de investiții inovative
- asistență IMM pentru dezvoltarea ideilor de afaceri inovaționale;
- elaborarea unui program nou de suport pentru tinerii întreprinzători;
- promovarea și încurajarea femeilor din Republica Moldova să-și dezvolte/inițieze propria afacere;
- ajustarea cadrului legal vizând dezvoltarea antreprenoriatului la aquis-ul comunitar privind energetica, agricultura, mediul și economia verde pentru IMM;
- promovarea Programului „Horizon 2020” și facilitarea participării IMM la prioritatea „industrial leadership”

- elaborarea unui program de susținere a IMM din sectorul rural orientat spre dezvoltarea afacerilor bazate pe economia verde;
- încurajarea implementării sistemelor de management al calității, inclusiv a celor integrate în sectorul IMM, conform standardelor europene și internaționale;
- acordarea serviciilor de mentorat pentru antreprenori în vederea extinderii și promovării afacerii;
- oferirea suportului financiar de cofinanțare a întreprinderilor mici și mijlocii pentru participarea la expoziții și târguri naționale;
- dezvoltarea serviciilor de consultanță acordate în cadrul Centrului de Consultanță și Suport în Afaceri al ODIMM;
- cofinanțarea IMM prin acordarea de granturi în scopul creșterii competitivității și promovării produselor acestora pe piețele externe;
- crearea și punerea în aplicare a unei platforme on-line de comerț exterior pentru mediul de afaceri.

Monitorizarea activității IMM-urilor identifică bariere semnificative în activitatea IMM-urilor, principalele dintre care sunt accesul limitat la resursele financiare și insuficiența personalului cu anumite specialități și calificări. Totodată, dacă problema accesului la finanțare se menține pe primul loc în decursul ultimilor 15 ani, atunci problema de personal a devenit importantă doar în ultimii ani. În rezultatul analizei datelor statistice, precum și în baza identificării avantajelor și deficiențelor sistemului de management al IMM-urilor în Republica Moldova, a fost elaborată abordarea conceptuală, orientată spre perfecționarea susținerii de stat a IMM-urilor. Abordarea se bazează pe trei direcții principale, care pot fi realizate fără resurse financiare semnificative și destul de repede:

- a) îmbunătățirea argumentării deciziilor manageriale referitoare la sectorul IMM;
 - b) susținerea diferențiată a unor categorii de IMM-uri;
 - c) necesitatea de a îmbina rațional susținerea de stat cu cea nestatală a IMM-urilor.
- Dezvoltând direcția susținerii diferențiate a unor categorii de întreprinderi/antreprenori, a fost argumentată abordarea pentru selectarea categoriilor prioritare de întreprinderi.

Pentru perfecționarea politicii și îmbunătățirea mediului de afaceri, de o importanță majoră este stabilirea dialogului dintre IMM-uri și organele administrației publice, deoarece permite de a lua în considerare opinia antreprenorilor la toate etapele și nivelurile de adoptare a deciziilor de management. Sunt identificate barierele în dezvoltarea dialogului: reticența comunității de afaceri în vederea consolidării; lipsa de încredere a antreprenorilor față de autorități; interesul scăzut al reprezentanților organelor administrației publice față de dialog; lipsa de pregătire a reprezentanților mediului de afaceri și a autorităților pentru organizarea manifestărilor, legate de dialog; confidențialitatea informației cu privire la activitatea instituțiilor publice și private.

Concluzie

Dezvoltarea sectorului IMM-urilor reprezintă una dintre prioritățile de bază în creșterea economică a țării, fiind inclusă în cele mai relevante documente strategice de politici. Una dintre cele șapte priorități de dezvoltare, ce se referă direct la ameliorarea climatului de afaceri, care prevede dezvoltarea, pe mai multe niveluri măsurabile, a sectorului, cum ar fi: stimularea deschiderii afacerilor noi și simplificarea procedurii de înregistrare a unei afaceri; optimizarea cadrului de politici; diversificarea instrumentelor de suport; sporirea ponderii forței de muncă calificate încadrate în acest sector. Prognosticul, în urma implementării reușite a strategiei „Moldova 2020”, în domeniul dezvoltării mediului de afaceri din țară, ar înscrie în linii mari rezultate, precum: eliminarea sau reducerea barierelor regulatorii, creșterea investițiilor interne și străine, majorarea numărului de entități fiabile, crearea locurilor de muncă atractive, asigurarea productivității înalte și producției competitive orientate la export.

Însă, criza economică a reprezentat o lecție severă pentru IMM-urile din Republica Moldova, care au fost nevoite să se maturizeze, să găsească soluții, să se adapteze la mediul în perpetuă schimbare și să inoveze. Astfel, la formularea politicii de dezvoltare a antreprenoriatului în Republica Moldova, e necesar să se țină cont de situația reală și, concomitent, să se conștientizeze direcțiile de perspectivă de susținere a IMM-urilor din Europa contemporană, de a utiliza diferite metode de susținere, în dependență de orientarea întreprinderilor asupra creșterii economice și soluționării problemelor sociale.

Bibliografie:

1. Activitatea întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova în anul 2016.
2. Crudu R., Cebotari E. Mediul de afaceri în Republica Moldova: constrângeri și perspective. nr. 3 (89), 2014, p. 23-34
3. Programul Municipal de dezvoltare a sectorului IMM în Republica Moldova.

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ДРАГОЦЕННЫМИ МЕТАЛЛАМИ И ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОМБАРДОВ

Olga Postolachi, CSAF
Gherman Tatiana, CSAF, D-023

Краткое содержание: Предпринимательство — это процесс, посредством которого люди превращают свои идеи в бизнес, принимая на себя финансовые и управленческие риски для создания ценности. Это включает в себя определение рыночных возможностей, разработку инновационных продуктов или услуг, а также управление ресурсами, необходимыми для запуска и развития бизнеса. Предприниматели играют решающую роль в экономике, внося свой вклад в инновации, создание рабочих мест и развитие общества. Общие рамки регулирования предпринимательства определены Законом № 845 от 01.03.1002 о предпринимательстве и предприятиях. Настоящий Закон устанавливает экономических агентов, которые имеют право от их имени осуществлять предпринимательскую деятельность в Республике Молдова, и определяет правовые, организационные и экономические принципы этой деятельности.

Предпринимательство — это процесс, посредством которого люди превращают свои идеи в бизнес, принимая на себя финансовые и управленческие риски для создания ценности. Это включает в себя определение рыночных возможностей, разработку инновационных продуктов или услуг, а также управление ресурсами, необходимыми для запуска и развития бизнеса. Предприниматели играют решающую роль в экономике, внося свой вклад в инновации, создание рабочих мест и развитие общества. Общие рамки регулирования предпринимательства определены Законом № 845 от 01.03.1002 о предпринимательстве и предприятиях. Настоящий Закон устанавливает экономических агентов, которые имеют право от их имени осуществлять предпринимательскую деятельность в Республике Молдова, и определяет правовые, организационные и экономические принципы этой деятельности.

Согласно тому же нормативному акту, предприниматель может быть:

- ✓ любой гражданин Республики Молдова, не ограниченный в правах, в порядке, установленном настоящим Законом и другими законодательными актами;
- ✓ любой иностранный гражданин или гражданин без гражданства в соответствии с действующим законодательством;
- ✓ группа граждан или лиц без гражданства (группа партнеров), из которых состоит коллективный предприниматель;
- ✓ любое юридическое или физическое лицо в соответствии с его основными целями и законодательством.

Согласно тому же документу, компания имеет право заниматься отдельными видами деятельности, определенными законодательством, только после получения разрешения на соответствующий вид деятельности в соответствии с Законом №. 160/2011 о регулировании предпринимательской деятельности посредством разрешения или, в случае деятельности в финансовой сфере (банковской и небанковской), в соответствии со специальными законами, которые ее регулируют.

Разрешенный характер осуществляемой предприятием предпринимательской деятельности подтверждается наличием соответствующего разрешения.

Перечень разрешительных документов, органы, выдавшие их, и порядок их выдачи установлены Законом №. 160/2011 о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения или, в случае деятельности в финансовой сфере (банковской и небанковской), специальными законами, которые ее регулируют. Цель этого юридического требования заключается в установлении единых положений о порядке регулирования предпринимательской деятельности, которые будут применяться выдающими органами к физическим и юридическим лицам для осуществления предпринимательской деятельности или любой иной предусмотренной законом деятельности, связанной с предпринимательской деятельностью и необходимой для них. .

Разрешительный акт –это документ, выданный выдавшим его органом, который соответствует хотя бы одному из следующих критериев:

а) является условием и (или) требованием начала, развития или прекращения предпринимательской деятельности в одной или нескольких конкретных областях;

б) относится к движимым и (или) недвижимым товарам и услугам, используемым, производимым или продаваемым в предпринимательской деятельности;

в) подтверждает и (или) удостоверяет профессиональные навыки работников предприятия, действительные только для деятельности соответствующего предприятия и необходимые для осуществляемой им предпринимательской деятельности; данный акт не может быть использован данным работником на другом предприятии с аналогичной деятельностью.¹ Возникновение прав и (или) обязанностей, подтвержденных разрешительным актом, происходит только в силу удовлетворения заявителем требований и условий, прямо и исчерпывающе установленных законом. Воля органа публичной власти, выраженная изданием разрешительного акта, не может быть основанием возникновения прав и обязанностей, а лишь подтверждает выполнение установленных законом требований и условий, если законом прямо предусмотрены полномочия, предоставленные органу публичной власти. под вопросом. Орган, выдающий разрешение, может отказать в выдаче

¹Ibidem

разрешения и может инициировать процедуру приостановления и/или отзыва разрешения только в случае несоответствия и несоблюдения заявителем требований и/или условий, прямо установленных законом в отношении данного разрешения.²

В зависимости от цели, формы и способа регулирования законодатель установил следующие категории разрешительных актов:

а) лицензия – разрешительный акт, наделяющий ее обладателя правом осуществлять полностью или частично определенный вид деятельности, к которому применяются лицензионные критерии, установленные настоящим Законом;

б) доверенность – разрешительный акт, предусматривающий предоставление экономическим агентом определенных прав на деятельность и подтверждение выполнения определенных условий;

в) сертификат – это разрешительный акт, который касается соответствия определенных товаров или услуг или подтверждения знаний/умений работников экономического агента в пределах критериев, установленных в ст. 4, на основании которого не предоставляются первичные права на деятельность, но который возложен законом для подтверждения соответствия некоторым техническим требованиям и неполучение которых не ставит под угрозу всю деятельность экономического агента в отрасли.³

Из всех разрешительных актов, перечисленных законодательством, нас особенно интересует лицензия и способы ее получения. Таким образом, Лицензия⁴ – это разрешительный акт, выдаваемый лицензирующим органом в процессе регулирования деятельности предпринимателя, удостоверяющий право обладателя лицензии осуществлять в течение установленного срока полностью или частично указанный в нем вид деятельности, в соблюдение лицензионных условий. Виды деятельности, подлежащие лицензированию, исчерпывающе установлены в приложении № 1. 1. Введение регулирования посредством лицензирования иных видов деятельности допускается только путем внесения изменений и дополнений в Номенклатуру разрешительных актов, входящих в категорию лицензий, предусмотренную приложением № 1. 1., а именно:

²Idem

³Ibidem

⁴В лицензии указываются: а) наименование лицензирующего органа; б) серия, номер и дата выдачи/продления лицензии; в) наименование, организационно-правовая форма, юридический адрес лицензиата или для лицензиата-физического лица – имя, фамилия и адрес; г) дата принятия решения о регистрации предприятия или организации, ИНН предприятия или организации либо серия и номер удостоверения личности, ИНН физического лица; д) вид деятельности, на который полностью или частично выдана лицензия; е) срок действия лицензии; ж) подпись руководителя лицензирующего органа или его заместителя, заверенная печатью этого органа; з) элемент автоматической идентификации документа, созданный SIA GEAP.

- ✓ Деятельность с драгоценными металлами и драгоценными камнями, работа ломбардов
- ✓ Импорт и хранение этилового спирта; импорт, хранение и оптовая реализация алкогольной продукции и/или импортного пива
- ✓ Производство этилового спирта, пива и алкогольной продукции, кроме вина, продуктов на основе суслу и ароматизированной винодельческой продукции и (или) хранение, оптовая реализация этилового спирта, пива и алкогольной продукции, кроме вина, продукции, полученной на основе суслу, и ароматизированной винодельческой продукции
- ✓ Импорт/экспорт табачных изделий и/или сопутствующих товаров; импорт и/или промышленная переработка неферментированного табака и/или ферментированного табака; производство табачных изделий и/или сопутствующих товаров и/или оптовая торговля табачными изделиями и/или сопутствующими изделиями, и/или неферментированным табаком, и/или ферментированным табаком
- ✓ Сбор, хранение, переработка, реализация, а также вывоз лома и отходов черных и цветных металлов, отработанных батарей и аккумуляторов, в том числе в переработанном состоянии.
- ✓ Производство, сборка, импорт и/или экспорт, реэкспорт, реализация оружия и боеприпасов к нему для гражданского использования и ремонт оружия для гражданского использования.
- ✓ Производство, импорт, экспорт, реэкспорт, торговля, хранение взрывчатых материалов и/или выполнение гражданских взрывных работ.
- ✓ Производство, сборка, импорт, экспорт, реэкспорт, хранение, реализация пиротехнических изделий и/или оказание услуги «Пиротехнические шоу и фейерверки» профессиональными развлекательными пиротехническими изделиями
- ✓ Деятельность таможенного брокера
- ✓ Деятельность по защите информации: импорт, экспорт, проектирование, производство и реализация специальных технических средств, предназначенных для негласного получения информации (за исключением деятельности, осуществляемой органами государственной власти, наделенными этим правом по закону); и/или оказание услуг в области криптографической защиты информации (за исключением деятельности по защите государственной тайны); и/или оказание услуг в области технической защиты информации (за исключением деятельности по защите государственной тайны)
- ✓ Деятельность по обслуживанию казино
- ✓ Деятельность, связанная с трудоустройством граждан в стране и/или за рубежом, деятельность по приему/зачислению обучающихся в программы образовательно-культурного обмена, предусматривающие компонент оплачиваемого трудоустройства в сфере труда на определенный срок. период времени, во время каникул летом

- ✓ Деятельность по эксплуатации талонов на питание, включая выдачу и возврат их стоимости⁵

Общая характеристика торговой деятельности с драгоценными металлами и драгоценными камнями и деятельности ломбардов:

Причиной законодательного регулирования и порядка лицензирования торговой деятельности с драгоценными металлами и драгоценными камнями, а также деятельности ломбардов является реализация государственной политики в указанной выше области, реализация государственной политики за этой деятельностью статус государственного надзора за знаками; государственный контроль за производством, использованием и обращением драгоценных металлов и драгоценных камней.

В понятии закона № 282 от 22.07.2004 г. таковыми определены следующие определения:

драгоценными металлами считаются - золото, серебро, платина и платиновые металлы (палладий, иридий, родий, рутений, осмий) независимо от состояния и формы, в которых они находятся, в том числе в самородном, рафинированном виде, а также в сырье, сплавах, полуфабрикатах. готовая продукция, продукция промышленного назначения, химические соединения, промышленные и потребительские остатки и отходы;

драгоценные камни - это природные алмазы, изумруды, рубины, сапфиры, александриты и природный жемчуг (кроме речного и озерного) в природном и обработанном виде, а также уникальные янтарные образования;

изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней- подразумевают изделия из сплавов драгоценных металлов с применением различных видов художественной обработки со вставками из драгоценных камней и других материалов природного или искусственного происхождения или без них, используемые в качестве украшений (кольца, браслеты, ожерелья, броши, серьги, цепочки, брелоки и т.п.), предметов личного пользования (портсигары, табакерки, пудреницы, конфетницы, зажигалки, очки, часы и т.п.), предметов домашнего обихода и/или ритуально-декоративного назначения и т.п.;

маркировка драгоценных металлов- означает нанесение государственного знака на ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов;

тестирование драгоценных металлов - представляет собой определение названия ювелирных и других изделий из драгоценных металлов установленными методами;

Сличный именной эмн- это специальный знак с указанием производителя на ювелирных изделиях и других готовых изделиях из драгоценных металлов, зарегистрированный в специальном реестре;

экспертиза драгоценных металлов- определение качественных и (или) количественных характеристик металлов уполномоченным органом с правом

⁵ Лицензионные услуги | АГЕНТСТВО ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ (gov.md)

подтверждения соответствия продукции (изделий) из драгоценных металлов национальным стандартам и техническим регламентам, результаты которого совершенствуются, в зависимости от обстоятельств, в форме акта или сертификата качества;

специальный рекорд- ведение специального реестра юридических и физических лиц, осуществляющих деятельность с драгоценными металлами и драгоценными камнями, а также лиц, осуществляющих деятельность в ломбардах;

заклад изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней-помещение предметов из драгоценных металлов и драгоценных камней в ломбарды (ломбарды) и в финансовые организации для получения займа (кредита);

деятельность с драгоценными металлами и драгоценными камнями-операции, объектом которых являются: промышленная обработка драгоценных металлов и драгоценных камней, включая лом и отходы, содержащие драгоценные металлы; изготовление, ремонт (реставрация) ювелирных и других изделий; продажа, покупка, залог (обременение), хранение, ввоз, отправка и вывоз в/из Республики Молдова драгоценных металлов и драгоценных камней и изделий из них; оценка и маркировка ювелирных и других изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней; другие операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, изделиями из них.⁶Или, Регулирование, надзор и государственный контроль⁷ деятельности с драгоценными металлами и драгоценными камнями направлены на:

- а) продвижение государственной политики в сфере деятельности с драгоценными металлами и драгоценными камнями;
- б) защита экономических интересов страны;
- г) эффективное использование драгоценных металлов и драгоценных камней;

⁶ LP282/2004 (legis.md)

⁷ Государственный надзор за маркировкой включает: а) проверку и маркировку всех изделий из драгоценных металлов, изготовленных на территории Республики Молдова и/или ввезенных в страну для продажи; б) экспертиза нанесения знаков на изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней; в) экспертиза драгоценных металлов и диагностика драгоценных камней, их оценка; г) экспертиза музейных и архивных ценностей, изготовленных из драгоценных металлов и драгоценных камней; д) проведение арбитражных и контрольных анализов драгоценных металлов в любой форме и в любом состоянии и изделий из них, а также их остатков и отходов по требованию законных, таможенных и иных органов, по тарифам, установленным Правительством ; е) регистрация в специальном реестре экономических агентов, осуществляющих деятельность с драгоценными металлами и драгоценными камнями, а также ломбардов; ж) регистрация хозяйствующими субъектами личных именных знаков, наносимых на изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней; з) государственный контроль за соблюдением юридическими и физическими лицами требований государственного маркирующего надзора; и) иные виды деятельности, предусмотренные законодательством.

- д) соблюдение национального законодательства, регулирующего производство, обработку, огранку, использование и обращение драгоценных металлов и драгоценных камней;
- е) использование экологически чистых технологий производства и обработки драгоценных металлов, огранки драгоценных камней;
- з) защита прав выгодоприобретателей продукции (изделий) из драгоценных металлов и драгоценных камней, прав производителей этой продукции (изделий), в том числе от недобросовестной конкуренции.⁸ Регулирование, надзор и государственный контроль за деятельностью с драгоценными металлами и драгоценными камнями осуществляют Правительство и органы центрального публичного управления, наделенные правом контроля и надзора, в пределах своей компетенции.⁹

Юридические и физические лица, осуществляющие деятельность с металлами и драгоценными камнями, имеют право владеть любым количеством предметов, ювелирных изделий, монет, имеющих или не имеющих обращения, независимо от того, являются ли они частью нумизматической коллекции или нет, а также любым количеством прочие изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней.

В соответствии с Законом Республики Молдова № 282-XV от 22 июля 2004 г. «О режиме драгоценных металлов и драгоценных камней» к драгоценным металлам относятся: золото, серебро, платина и металлы платиновой группы независимо от состояния и формы, в которых они находятся, в том числе в самородном и рафинированном виде, а также в сырье, сплавы, полуфабрикаты, промышленное производство, химические соединения, лом и отходы производства и потребления.

Драгоценные камни также относятся к: природные алмазы, изумруды, рубины, сапфиры, александриты и природный жемчуг (кроме речного и озерного) в природном и обработанном виде, а также уникальные янтарные образования. При этом следует отметить, что в Молдове не добываются драгоценные металлы и драгоценные камни, а показатели собственного производства изделий из драгоценных металлов равны нулю. Фактически вся продукция импортируется в страну из других стран, в основном из Турции. Государственное регулирование, надзор и контроль за деятельностью с драгоценными металлами и драгоценными камнями и функционированием ломбардов осуществляют:

- лицензирование деятельности с драгоценными металлами и драгоценными камнями, функционирование ломбардов;
- государственный надзор за испытаниями;
- государственная монополия на испытание и клеймение ювелирных изделий и других изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, изготовленных в Республике Молдова или ввезенных на ее территорию для

⁸Ibidem

⁹Idem

продажи, а также на экспертизу оттисков пробирных знаков на изделиях из драгоценных металлов и драгоценных камней.

Его осуществляет Государственная испытательная палата при Министерстве финансов Республики Молдова. Дегустационный зал является государственным коммерческим предприятием и выполняет следующие функции:

- а) тестирование и маркировка всех изделий из драгоценных металлов, произведенных на территории Республики Молдова и/или ввезенных на ее территорию для продажи;
- б) экспертиза оттисков пробирных знаков на изделиях из драгоценных металлов и драгоценных камней;
- в) экспертизу врезанных металлов и проверку врезанных камней;
- г) экспертиза музейных и архивных ценностей из драгоценных металлов и драгоценных камней;
- д) проведение арбитражных и контрольных анализов драгоценных металлов в любом виде и в любом состоянии и изделий из них, а также их лома и отходов по требованию правоохранительных и иных органов в соответствии с тарифами, утверждаемыми Правительством ;
- д) регистрация наименований производителей, которые применяются к продукции, изготовленной экономическими агентами из драгоценных металлов и драгоценных камней;
- е) государственный контроль за соблюдением юридическими и физическими лицами требований государственного инспекционного надзора;
- д) производство тест-реактивов по заказам хозяйствующих субъектов, использующих в своей деятельности драгоценные металлы.

Пробирная палата является держателем Государственного реестра наименований изделий и предметов из драгоценных металлов и драгоценных камней.

Испытательная палата контролирует деятельность хозяйствующих субъектов, использующих в своей деятельности драгоценные металлы и драгоценные камни, в соответствии с законодательством. В ходе контроля Испытательная палата имеет право:

- а) проверять помещения, рабочие места и хранилища драгоценных металлов и драгоценных камней;
- б) проверять книги бухгалтерского учета и иные учетные документы, связанные с операциями с драгоценными металлами и драгоценными камнями;
- в) требовать от должностных лиц письменных объяснений и иной информации по вопросам использования драгоценных металлов и драгоценных камней;
- д) изымать в установленном порядке у хозяйствующих субъектов изделия и предметы из драгоценных металлов, переданные в торговую сеть без оттиска государственного пробирного клейма, либо в случае возникновения сомнений в подлинности оттиска клейма. Изготовление изделий высокого качества для вечерних экспертиз;

д) брать пробы сплавов, слитков, растворов, слитков, полуфабрикатов, отходов и других материалов для анализа и определения содержания в них драгоценных металлов;

Тестирование и маркировка знаком государственного тестирования

Все физические и юридические лица, использующие в своей деятельности драгоценные металлы и драгоценные камни, должны иметь фирменный знак, оттиск которого регистрируется в пробирной камере и размещается на всех изделиях из драгоценных металлов и драгоценных камней.

Для изделий из драгоценных металлов, производимых и/или ввозимых в страну для реализации, устанавливаются следующие пробы:

- ✓ для палладия: 500, 850;
- ✓ для платины: 900, 950;
- ✓ для золота: 375, 500, 585, 750, 900, 958;
- ✓ для серебра: 800, 830, 875, 925, 960.

Изготовление изделий из золота номиналом 583 пробы ювелирными и праздничными велирами допускается только по заказам граждан из донорского сырья.

Все ювелирные изделия и товары для дома, произведенные в Республике Молдова для реализации как на внутреннем рынке, так и для экспорта за границу, или изготовленные на заказ, должны соответствовать стандартам, установленным в Республике Молдова, и быть клеймлены в пробирной камере государственной пробирной палатой. отметка. Изделия из драгоценных металлов иностранного производства, ввозимые в Республику Молдова для реализации, также подлежат проверке и клеймению в Пробирной палате. От обязательной государственной маркировки освобождаются изделия из драгоценных металлов, имеющие историческое, археологическое значение или большую художественную ценность, а также изделия с мелкими инкрустациями (инкрустациями) из золота или серебра (оружие, вазы, посуда, шкатулки и т.п.). Приборы, инструменты, лабораторная посуда и другие изделия из драгоценных металлов, предназначенные для научных, технических, медицинских и других целей, освобождаются от обязательной маркировки, но должны иметь наименование изготовителя с указанием символа металла.¹⁰

Покупка и переработка

Закупка у населения драгоценных металлов и драгоценных камней в продукции и ломе осуществляется обладателями лицензии в соответствии с законодательством по договорным ценам в специализированных точках. Индивидуальным предпринимателям запрещается заниматься указанным видом деятельности.

В торговых точках запрещается приобретать алмазное сырье и полуфабрикаты, технические алмазы, драгоценные металлы в самородках,

¹⁰ Система государственного пробирного надзора Республика Молдова | Ювелир.ИНФО (uvelir.info)

проволоку, пластины и детали, сусальное золото, диски и другие полуфабрикаты ювелирной и зуботехнической промышленности, драгоценные металлы в изделиях. для промышленных и лабораторных целей, драгоценные камни в необработанном виде, драгоценные металлы в виде отходов производства, ордена и медали, содержащие драгоценные металлы, предметы, изъятые из гражданского оборота или на продажу которых установлен особый порядок, ценности государственных и общественных предприятий, организаций и учреждений, ценности детей и подростков, лом и отходы промышленности, а также извлеченные из выведенного из эксплуатации оборудования и оборудования, содержащего драгоценные металлы.

Изделия с драгоценными камнями принимаются публикой при наличии у поставщика сертификата качества, выданного пробирной палатой, подтверждающего соответствие натуральных камней их наименованию.

Аффинаж может быть предметом деятельности юридических или физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность и получивших лицензию в соответствии с установленным законодательством, с обязательным соблюдением национальных стандартов и технических условий, правил экологической безопасности и санитарных правил, иных нормативных актов, регулирующих эту деятельность. Лом и отходы, содержащие драгоценные металлы, подлежат строгому учету и обязательному сбору юридическими и физическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, в соответствии с установленным законодательством, образовавшими лом и отходы в процессе производства и (или) потребления. Юридические и физические лица, в том числе учреждения, финансируемые из бюджета, реализуют драгоценные металлы, полученные из лома и отходов, исключительно на внутреннем рынке в соответствии с законодательством. Собраный лом и отходы, содержащие драгоценные металлы, могут быть переработаны собственником или лицом, владеющим ими на ином законном основании, как самостоятельно, так и на других перерабатывающих предприятиях. Драгоценные металлы, полученные в результате их переработки и аффинажа, реализуются на основании заключенных между сторонами договоров по рыночным ценам.¹¹

Контроль за соблюдением порядка закупки и оформления осуществляет МВД с привлечением при необходимости специалистов выборочной палаты.

Лицензирование деятельности с драгоценными металлами и камнями ценные вещи и

работа ломбардов:

¹¹Ibidem

Деятельность предпринимателя в сфере драгоценных металлов и драгоценных камней осуществляется на основании лицензии, выданной на основании Закона №. 160/2011 о регулировании предпринимательской деятельности путем разрешения, а также в соответствии с условиями настоящего закона.

К деятельности с драгоценными металлами и драгоценными камнями относятся:

- а) продажа изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней;
- б) изготовление и ремонт (реставрация) изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней;
- в) огранка драгоценных камней;
- г) покупка у населения драгоценных металлов и драгоценных камней, содержащихся в изделиях и ломом;
- д) сбор и переработка лома и отходов, содержащих драгоценные металлы;
- е) деятельность ломбардов с залогом изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней.

Условия лицензирования:

- а) владение или местонахождение здания, в котором осуществляется лицензируемая деятельность, за исключением электронной коммерции;
- б) реализация изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней только в магазинах и специализированных ювелирных отделах, площадью не менее 12 квадратных метров, где обеспечены условия для учета и сохранности ценностей. Условие о реализации изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней в магазинах и отделах площадью не менее 12 м² не распространяется на практику электронной коммерции с соответствующими статьями, осуществляемую в соответствии с законодательством об электронной коммерции;
- в) производство изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, переработка лома и отходов, содержащих драгоценные металлы, только в помещениях, соответствующих техническим, санитарным и экологическим требованиям;
- г) соблюдение порядка обращения, получения, хранения и учета изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, правил приобретения у населения драгоценных металлов и драгоценных камней, содержащихся в изделиях и ломом, способа внедрения, отправка и вывоз в/из Республики Молдова драгоценных металлов и драгоценных камней и изделий из них, условия работы ломбардов;
- д) наличие необходимых условий и материалов для испытания драгоценных металлов и установления характеристик драгоценных камней, для определения их качества и количества (аналитические или электронные весы, химические реактивы, а также соответствующие приборы);
- е) ежегодная метрологическая поверка аналитических или электронных весов;

ж) эффективная переработка лома и отходов, содержащих драгоценные металлы, обеспечивающая обязательное извлечение драгоценных металлов минимальной пробы 995° для золота и серебра и 950° для платины и палладия;

з) обеспечение целостности и надлежащей сохранности изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней путем оснащения помещений сейфами, внутренней и внешней сигнализацией, подключенной к централизованному пункту охраны;

и) обязательная маркировка изделий из драгоценных металлов, изготовленных на территории Республики Молдова и ввозимых в страну для реализации, государственным маркировочным знаком, наносимым организационной структурой, осуществляющей надзор за государственной маркировкой.

Ломбардия.

Ломбарды – это кредитные организации, предоставляющие населению возможность хранения предметов личного и бытового пользования, а также получения кредита под залог этих предметов.

И так:

✓ Ломбардии создаются в порядке, установленном законодательством Республики Молдова, и признаются независимыми экономическими субъектами.

✓ Ломбарды осуществляют свою деятельность только после получения лицензии на деятельность, выдаваемой Министерством финансов.

Для осуществления операций с драгоценными металлами и камнями залогодатель должен зарегистрироваться в Государственной пробирной палате при Минфине, которая выдает ему соответствующее регистрационное удостоверение.

✓ Уставный капитал вновь открытого ломбарда должен составлять не менее 100 000 долларов США по курсу Национального банка Молдовы на дату открытия ломбарда.

Сумма стоимости вещей, принятых ломбардом на хранение и выданных в залог вещей, в кредит не должна превышать стоимость уставного капитала.

✓ Уставный капитал ломбарда формируется за счет денежных средств (наличных или в денежной форме) и недвижимого имущества.

При создании ломбарда доля недвижимого имущества не должна превышать 25 процентов его уставного капитала.

✓ Учредители ломбарда обязаны внести взносы в уставный фонд в полном объеме ко дню получения лицензии на осуществление деятельности.

✓ Резервный фонд ломбарда должен составлять не менее 25 процентов размера уставного капитала. Он формируется за счет прибыли, остающейся после уплаты налогов.

✓ Полное и сокращенное наименование ломбарда должно содержать слово "ломбард". Ни одно юридическое лицо, за исключением ростовщика, не

может включать в свое название слово «ломбард» или слова, имеющие сходное значение.

- ✓ Руководителями и работниками ломбарда не могут быть лица, осужденные за экономические преступления, преступления против общественной и государственной безопасности, а также за взяточничество.
- ✓ Ломбард несет материальную ответственность за принятые на хранение и заложенные вещи в соответствии с законодательством.
- ✓ Ломбард обязан застраховать вещи, принятые на хранение и в залог, на сумму стоимости имущества по оценке, произведенной при его передаче в залог или на хранение по соглашению сторон, а драгоценные металлы и камни - по ценам, установленным Минфином и действующим на момент приобретения.

Подводя итог, следует сделать акцент на достаточно четком законодательном регулировании государственного контроля в сфере драгоценных металлов и драгоценных камней в Республике Молдова, обеспечиваемом тремя основными регуляторами, такими как: лицензирование, надзор и государственная монополия на испытания и маркировка. В то же время полномочия Молдавской испытательной палаты абсолютно достаточны для осуществления должного контроля над данным сектором экономики. Отличием от практики других государств, в том числе России, являются полномочия Пробырной палаты Молдовы проводить проверки учетной документации хозяйствующих субъектов, отражающей движение драгоценных металлов, камней и изделий из них. Именно в этом аспекте следует сосредоточить внимание на предотвращении осуществления отдельных видов деятельности индивидуальными предпринимателями. Такой метод регулирования, как лицензирование деятельности в сфере DMDC, также считается эффективным, поскольку основания для аннулирования лицензии достаточно обширны. Долгий постоянный контроль и возможность применения к хозяйствующим сектам и программам разрешений в случае выявления нарушений, а также в целях защиты потребителя.

PROBLEME ȘI SOLUȚII ÎN DEZVOLTAREA IMM-RILOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA

*Maria Grigoraș CSAF
Nikita Varfalameev CSAF, PAA-31*

Întreprinderile Mici și Mijlocii (*IMM-urile*) reprezintă coloana vertebrală a economiei Republicii Moldova, fiind responsabile pentru o mare parte a creării de locuri de muncă, a valorificării inovației și a stimulării dezvoltării economice regionale. Ele contribuie în mod semnificativ la reducerea șomajului și la susținerea unui climat antreprenorial sănătos, oferind oportunități atât pentru inițiativele locale, cât și pentru extinderea pe piețele internaționale. Potrivit datelor oficiale, *IMM-urile* alcătuiesc aproximativ 98% din numărul total de companii din Moldova, iar contribuția lor la Produsul Intern Brut (**PIB**) este semnificativă. Totuși, în ciuda importanței lor, *IMM-urile* din Moldova se confruntă cu numeroase obstacole care le împiedică dezvoltarea și extinderea activităților.

Printre principalele probleme se numără accesul limitat la finanțare, povara birocratică și fiscală ridicată, infrastructura subdezvoltată, lipsa unei forțe de muncă bine calificate și accesul limitat la piețele internaționale. Toate acestea constituie provocări majore, în special pentru întreprinderile mici și mijlocii care sunt la început de drum și nu dispun de resursele necesare pentru a face față acestor dificultăți. De asemenea, mediul economic și politic instabil al Republicii Moldova, caracterizat de schimbări frecvente ale reglementărilor și de o transparență limitată, contribuie la creșterea incertitudinilor pentru antreprenori.

În contextul actual, când Moldova se află într-un proces de integrare economică europeană și de modernizare a economiei, este esențial să fie create politici eficiente și strategii de sprijin pentru dezvoltarea *IMM-urilor*. Doar prin eliminarea barierelor și facilitarea accesului la resurse, sectorul *IMM-urilor* va putea deveni competitiv și va contribui la creșterea economică durabilă a țării. Acest referat își propune să analizeze problemele principale cu care se confruntă *IMM-urile* în Republica Moldova și să identifice soluțiile posibile care ar putea conduce la o dezvoltare sustenabilă a acestora.

Problemele în dezvoltarea *imm-urilor* sunt:

1. Accesul limitat la finanțare:

Una dintre cele mai mari provocări pentru *IMM-urile* din Moldova este accesul dificil la finanțare. Băncile comerciale oferă împrumuturi la dobânzi ridicate, iar *IMM-urile*, în special cele nou-înființate, întâmpină dificultăți în obținerea de credite din cauza lipsei de garanții suficiente. Acest lucru limitează capacitatea *IMM-urilor* de a investi în dezvoltarea lor și de a-și extinde activitățile.

2. Povara birocratică și fiscală:

IMM-urile din Moldova se confruntă cu un cadru birocratic complex și o povară fiscală ridicată. Procedurile administrative sunt complicate, ceea ce crește timpul și costurile necesare pentru conformarea cu cerințele legale. De asemenea, sistemul fiscal este perceput ca fiind împovăraător, în special în ceea ce privește impozitele și contribuțiile sociale.

3. Lipsa infrastructurii adecvate:

În multe regiuni din Republica Moldova, infrastructura nu este suficient de dezvoltată pentru a susține activitatea *IMM-urilor*. Lipsa drumurilor de calitate, a accesului la servicii de internet de mare viteză și a facilităților logistice afectează negativ competitivitatea întreprinderilor mici și mijlocii.

4. Forța de muncă insuficient calificată:

În ciuda potențialului uman, IMM-urile se confruntă cu o lipsă de personal calificat în anumite domenii. Sistemul educațional nu este adaptat complet la nevoile pieței muncii, ceea ce conduce la un deficit de competențe, în special în sectoare cheie precum IT, inginerie sau producție.

5. Acces limitat la piețele internaționale:

IMM-urile moldovenești au o prezență scăzută pe piețele internaționale din cauza costurilor ridicate ale exportului, a reglementărilor complexe și a lipsei de cunoștințe despre standardele internaționale. De asemenea, IMM-urile au nevoie de sprijin pentru a naviga prin complexitatea acordurilor comerciale și a barierelor tarifare și netarifare.

Soluțiile în dezvoltarea IMM-urilor sunt:

1. **Îmbunătățirea accesului la finanțare:** Pentru a facilita accesul IMM-urilor la finanțare, este necesară dezvoltarea unor mecanisme de creditare preferențială, cum ar fi fondurile de garantare a împrumuturilor sau programele de microcreditare. De asemenea, ar trebui promovată educația financiară în rândul antreprenorilor, pentru ca aceștia să înțeleagă mai bine opțiunile de finanțare disponibile.
2. **Simplificarea procedurilor birocratice:** O soluție pentru reducerea poverii birocratice ar fi digitalizarea proceselor administrative și simplificarea procedurilor fiscale. Astfel, IMM-urile ar putea economisi timp și resurse care pot fi alocate pentru dezvoltarea afacerilor. De asemenea, o revizuire a sistemului fiscal, cu accent pe impozite mai reduse pentru IMM-uri, ar putea stimula investițiile.
3. **Dezvoltarea infrastructurii regionale:** Investițiile în infrastructură, în special în zonele rurale și subdezvoltate, ar trebui să fie o prioritate. Construirea și modernizarea drumurilor, îmbunătățirea accesului la servicii de internet și facilități logistice ar ajuta IMM-urile să își extindă activitățile și să concureze pe piața națională și internațională.
4. **Promovarea formării profesionale:** Guvernul, în colaborare cu sectorul privat, ar trebui să investească în formarea forței de muncă prin programe de calificare și recalificare. De asemenea, este importantă modernizarea sistemului educațional pentru a-l alinia mai bine la cerințele pieței muncii.
5. **Sprijinirea internaționalizării IMM-urilor:** IMM-urile din Moldova ar trebui să beneficieze de sprijin în procesul de internaționalizare. Acest lucru poate include accesul la programe de formare în domeniul exporturilor, parteneriate internaționale și susținerea participării la târguri comerciale internaționale. De asemenea, ar trebui dezvoltate scheme de sprijin pentru reducerea costurilor de export.

CONCLUZII

Dezvoltarea IMM-urilor în Republica Moldova este esențială pentru creșterea economică și crearea de locuri de muncă. Cu toate acestea, pentru a atinge potențialul maxim al acestui sector, este nevoie de o abordare complexă care să abordeze problemele de acces la finanțare, birocrăție, infrastructură, forță de muncă

și internaționalizare. Implementarea soluțiilor propuse poate crea un mediu mai favorabil pentru dezvoltarea IMM-urilor, contribuind astfel la stabilitatea economică și socială a țării.

BIBLIOGRAFIE

- 1) Instrumentul Bibliometric Național (Unele probleme și soluții de dezvoltare a IMM-urilor din Republica Moldova);
- 2) Aceti.md (Necesitățile IMM-urilor în transformarea digitală);
- 3) United Nations Development Programme (ÎMM-urile au nevoie de instrumente accesibile de finanțare pentru a deveni mai competitive);
- 4) Sme.md (CARTA ALBĂ A IMM-LOR);
- 5) Academia de Studii Economice din Moldova (SITUAȚIA ACTUALĂ ȘI PERSPECTIVELE IMM-URILOR ÎN CONTEXTUL EVOLUȚIILOR TEHNOLOGICE ȘI INCERTITUDINII ECONOMICE).

ROLUL SECTORULUI BUSINESSULUI MIC ȘI MIJLOCIU ÎN ECONOMIA MODERNĂ

*Maia Grîu, CSAF
Alina Harcenco, CSAF, PAA-041*

Abstract. Rolul întreprinderilor mici și mijlocii este recunoscut la nivel mondial pentru contribuția lor unică de a dezvolta economia. Atât țările dezvoltate, cât și cele în curs de dezvoltare conștientizează că IMM-urile și întreprinzătorii joacă un rol vital în dezvoltarea industrială a unei țări. Deci, nu există nicio surpriză în faptul că strategiile politice realizează că IMM-urile pot deveni pilonul relansării economice.

Cuvinte cheie: businessul mic și mijlociu, economie modernă, globalizare, politici economice.

Abstract. The role of small and medium-sized enterprises (SMEs) is globally recognized for their unique contribution to economic development. Both developed and developing countries acknowledge that SMEs and entrepreneurs play a vital role in a nation's industrial development. Therefore, it is no surprise that political strategies recognize that SMEs can become the backbone of economic recovery.

Keywords: small and medium-sized business, modern economy, globalization, economic policies.

Introducere:

Businessul mic și mijlociu este numit în lume „Motorul și promotorul economiei”, grație celei mai mari contribuții la crearea noilor locuri de muncă, stimularea concurenței, promovarea și favorizarea inovațiilor și a tehnologiilor noi, orientate spre satisfacerea necesităților pieței locale și utilizarea resurselor și forței de muncă locale, având o contribuție substanțială și la soluționarea problemei șomajului.

Întreprinderile mici și mijlocii sunt parte importantă a economiei unui stat și contribuie la modernizarea societății. Tipologia întreprinderilor comerciale ce desfășoară activitate antreprenorială delimitează sectorul întreprinderilor mici și mijlocii ca sector important prin aportul la dezvoltarea economiei naționale.

În condițiile unei piețe cu o concurență puternică, întreprinderile mici și mijlocii dispun de abilitatea de a reacționa flexibil și de a se adapta rapid la schimbările economice ciclice și structurale. Din acest punct de vedere, un sector al întreprinderilor mici și mijlocii bine dezvoltat poate contribui la fortificarea stabilității și creșterii macroeconomice din țară.

Rezultate și discuții:

Experiența mondială existentă demonstrează rolul deosebit de important al întreprinderilor mici și mijlocii în cadrul economiei naționale.

Pentru întreprinderile mari, IMM-urile reprezintă lumea din care au venit și de unde va apărea concurența lor de mâine.

Pentru societate, ele prezintă adesea un prim loc de muncă sau o primă treaptă în carieră.

Pentru economie, IMM-urile sunt lansatoare de idei noi și inițiatore de noi procese care accelerează creșterea pe baza folosirii eficiente a resurselor.

Economia de piață presupune dezvoltarea echilibrată a întreprinderilor mari și mici. În cadrul aceluiași sector, acestea se completează reciproc, fiecare din ele îndeplinind numai funcțiile sale specifice. La rândul său, întreprinderile mici

furnizează servicii auxiliare și completează producția de bază, asigurându-i o anumită flexibilitate și capacitate de manevrare, prin aceasta sporindu-i stabilitatea.

Întreprinderile mici și mijlocii reprezintă un factor de echilibru la nivel micro și macroeconomic. Având la dispoziție clasa de mijloc în societate, ele echilibrează monopolul și oligopolul, micșorând în așa mod capacitatea companiilor mari de a controla piața.

În consecință, fiecare dintre aceste întreprinderi își are destinația sa: asigură o anumită necesitate socială, produce mărfuri specifice, este orientată spre grupuri concrete de consumatori, utilizează anumite tipuri de resurse etc.

De regulă, întreprinderile mari produc mărfuri standard de larg consum, fiind orientate spre majoritatea consumatorilor; întreprinderile mici preferă să producă mărfuri nestandard, la cereri limitate, diferențiate, ocupând, de obicei, un segment de proporții mici pe piața de desfacere.

Întreprinderile mici, spre deosebire de întreprinderile mari, colaborează cu furnizorii și cumpărătorii, activând, de regulă, pe piața internă unde, de fapt, își vând mărfurile și își procură materia primă. Businessul mic întotdeauna se confruntă cu dificultăți serioase în ceea ce privește accesul la toate tipurile de resurse, deoarece instituțiile infrastructurii de piață sunt interesate să lucreze mai mult cu clienții ce reprezintă întreprinderi mari.

Întreprinderile mici se deosebesc esențial de cele mari din punct de vedere social, economic și structural. Fondatorul întreprinderilor mici cumulează și funcția de manager; funcția de administrare economică, precum și de control asupra diferitelor activități ale întreprinderii sunt concentrate în mâinile uneia sau numai a câtorva persoane. Aceasta determină un șir întreg de alte caracteristici ale întreprinderilor respective.

Întreprinzătorii businessului mic au motivații specifice în activitatea antreprenorială, pe când proprietarii întreprinderilor mari sunt orientați, în primul rând, spre maximizarea profitului.

Proprietarii întreprinderilor mici adesea își manifestă independența, inițiativa și capacitățile creative, fiind o sursă inovațională ce ar putea fi aplicabilă în activitatea economică.

Un alt aspect important este faptul că ele generează, într-o măsură mai mare, inovări tehnice aplicabile în activitatea economică. Multe dintre locurile de muncă vor fi create datorită inovărilor și noilor descoperiri ce vor aduce noi aventuri antreprenoriale.

Întreprinderile mici, din cauza numărului limitat de proprietari și, de regulă, a perioadei scurte de activitate într-un anumit domeniu, se pot confrunța cu dificultăți de tipul: insuficiența resurselor sau anumite obstacole pentru a avea acces la ele. Acest lucru se manifestă, mai ales, în domeniul mijloacelor financiare și al celor informaționale. În condiții deloc nu ușoare privind activitatea, întreprinderile mari dețin surse investiționale din mijloacele obținute (ca rezultat al emisiei de acțiuni) și resursele de împrumut – sub formă de credite bancare. Micii proprietari utilizează, de obicei, economiile proprii, precum și mijloacele procurate de la cei apropiați.

Pentru întreprinderile mici, e caracteristic, de asemenea, gradul înalt de risc,

cauzat de incertitudinea mediului de afaceri, precum și de imposibilitatea de a-l influența. Aceasta face ca un număr impunător de întreprinderi să-și înceteze activitatea în decursul primilor doi-trei ani. De fapt, munca în condițiile nesiguranței solicită de la persoanele implicate în afaceri ingeniozitate, spirit, creativitate, intuiție.

În condițiile unui mediu economic într-o permanentă schimbare, IMM-urile sunt flexibile și au o capacitate mare de adaptare, încurajate de dimensiunile reduse și procesul decizional rapid. Ele se adaptează cu ușurință la necesitățile și exigențele consumatorilor, fiind mai aproape de cerințele pieței.

Anume flexibilitatea micilor întreprinzători stă și la baza legăturilor și relațiilor neformale larg răspândite, mai ales în țările cu economie slab dezvoltată. Flexibilitatea businessului mic este nu numai trăsătura cea mai importantă a întreprinderilor din acest sector, dar și principalul lor avantaj concurențial, care le permite să supraviețuiască și să se dezvolte în condițiile pieței concurențiale.

Avantajele esențiale ale businessului mic fac ca acestea să dețină un rol din ce în ce mai mare în economia mai multor state. Statisticile din aproape toate țările relevă faptul că IMM-urile predomină absolut în economie, reprezentând peste 90% din totalul întreprinderilor.

Biroul Național de Statistică din R. Moldova comunică că, în anul 2023:

- Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) au constituit circa 99,2 % din numărul total al întreprinderilor raportate (similar ca în anul 2022);
- numărul mediu al salariaților în IMM a constituit 352,1 mii, deținând 65,3% din totalul numărului mediu de de salariați al întreprinderilor (în comparație cu 65,6% în anul 2022);
- veniturile din vânzări ale IMM au însumat 285,9 mild. lei sau 45% din venituri din vânzări în totalul pe economie (similar ca în anul 2022).

Afacerile mici în țările cu economia în curs de dezvoltare se dezvoltă ineficient și necesită schimbări calitative, în primul rând în legislație. Trebuie să se acorde atenție politicii de promovare și susținere a IMM-urilor din partea statului, ceea ce constituie o condiție esențială pentru funcționarea eficientă a afacerilor mici și mijlocii.

Antreprenorii dinamici sunt deosebit de bine plasați pentru a profita de oportunitățile globalizării, internaționalizării și de accelerare a schimbărilor tehnologice.

De asemenea, IMM-urile joacă un rol major în procesul de inovare și constituie astfel un element important pentru o economie bazată pe cunoaștere.

Importanța businessului mic în țările economic dezvoltate este motivată de mai mulți factori:

- *Schimbările structurale ale cererii.* În ultimele decenii, se observă o creștere relativ rapidă a cerințelor în domeniul serviciilor, care pot fi satisfăcute mai bine în sfera businessului mic.
- *Instabilitatea și caracterul diferențiat al cererii,* care presupune o reacție promptă, orientată spre piață.
- *Schimbările tehnologice în sfera producției* care au condus la apariția unui nou spectru de mărfuri și sectoare industriale. Elaborarea și implementarea noilor

tehnologii, inclusiv a celor obținute în urma unor cercetări științifice, se realizează mai eficient în sfera businessului mic.

- *Necesitatea reducerii cheltuielilor la întreprinderile mari* prin descentralizarea (divizarea) procesului de producție.

- *Numărul mare de șomeri încadrați în muncă la micile întreprinderi*, deseori, este unica posibilitate de obținere a unor venituri.

- *Politica statului*, cu un scop bine determinat, orientată spre reglarea economiei, spre scăderea dimensiunii întreprinderilor mari și susținerea businessului mic și mijlociu.

Identificarea rolului și funcțiilor socioeconomice ale întreprinderilor mici și mari s-a schimbat evident în ultimele decenii. Până la mijlocul secolului XX, în toate țările, economiștii acceptau întreprinderile mici ca fenomen trecător, condiționat de nivelul insuficient de dezvoltare economică.

În ultimele decenii au survenit schimbări esențiale în dezvoltarea businessului mic și mijlociu în toate țările dezvoltate.

Majoritatea locurilor de muncă nou-create sunt datorate sectorului întreprinderilor mici și mijlocii. Costurile la crearea unui loc de muncă într-o întreprindere mică sau mijlocie sunt reduse, comparativ cu cele implicate în crearea unui loc de muncă într-o întreprindere mare. Principalii factori care determină realizarea produselor și a serviciilor la costuri mai mici decât la companiile mari, sunt cheltuielile convenționale mai mici.

Majoritatea surselor de specialitate accentuează aportul calitativ al businessului mic fără a prezenta anumite estimări cantitative. Ca exemplu, se recunoaște că businessul mic poate și trebuie să creeze „o masă critică” de întreprinzători particulari. El contribuie la saturarea pieței interne, în special a pieței mărfurilor de larg consum; contribuie la crearea unui mediu concurențial care stimulează îmbunătățirea calității producției și a serviciilor; contribuie la ridicarea eficienței activității întreprinderilor mari, care lucrează în strânsă cooperare cu cele mici; întreprinderile mici sunt deosebit de eficiente în procesul elaborării, implementării și propagării realizărilor în domeniul progresului tehnico - științific.

Toate varietățile de aport al întreprinderilor mici la dezvoltarea economică prezintă interes nu numai pentru țările dezvoltate, dar și pentru statele care se află în curs (proces) de dezvoltare spre economia de piață. După părerea unor cercetători, pentru cel din urmă grup de state, dezvoltarea businessului mic este factorul esențial de creștere a economiei.

Importanța businessului mic în dezvoltarea economică a țărilor care instituie relații de piață are următoarea motivare, prezența nesatisfăcătoare a întreprinderilor mici și mijlocii în economia ce utilizează planificarea. Disproporția dintre sectorul nedezvoltat al întreprinderilor mici și extensiunea sferei businessului mare deseori este considerată de către specialiști drept una din cauzele principale ale ineficienței economiei țărilor slab dezvoltate.

În majoritatea acestor țări, reformele au fost însoțite de crize, scăderea producției și falimentarea multor întreprinderi. Aceasta a condus la creșterea

șomajului și reducerea nivelului de trai al populației. În așa condiții businessul mic poate să prospere revenindu-i un amplu spectru de funcții.

Subestimarea sectorului businessului mic din țările în dezvoltare la economia de piață este o consecință a sistemului administrativ și de planificare învechit.

Caracteristicile cantitative și calitative ale businessului mic (în dezvoltarea economiei) în statele cu o economie de piață dezvoltată se deosebesc față de cele din țările în care economia de piață abia se formează, sau a parcurs jumătate din această cale.

În primul rând, anumite componente ale aparatului managerial au funcții diferite în cele două grupuri de state. În al doilea rând, în țările cu economia în curs de dezvoltare, există anumite elemente în administrarea întreprinderilor mici care lipsesc în țările europene. Există deseori elemente calitative în aportul întreprinderilor mici din statele dezvoltate economic și cele care abia au trecut la economia de piață. Astfel, în ultimul grup de state, întreprinderile mici își comercializează producția (își prestează serviciile), de regulă, exclusiv pe piața internă a țării.

În statele dezvoltate, economia businessului mic tot mai frecvent exportă producție, inclusiv, utilizând serviciile agenților de comercializare de peste hotare.

Astfel, importanța întreprinderilor mici este deosebit de mare în satisfacerea cererii diferențiate, precum și în ocuparea forței de muncă a păturilor socialmente vulnerabile.

Concluzii:

Actualmente, politica statului de susținere a antreprenoriatului continuă să fie direcționată, în primul rând, spre crearea unor condiții stabile și favorabile dezvoltării acestuia. Astfel, Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării, în calitate de organ de specialitate a administrației publice centrale, promovează politica economică a statului orientată spre susținerea și protecția businessului mic, contribuind la eficientizarea și optimizarea reglementării de către stat a activității antreprenoriale, la asigurarea unor condiții stabile, propice consolidării întregului sector antreprenorial al economiei naționale.

La consolidarea IMM și a rolului lor în economie ar fi putut contribui realizarea mai activă a politicii de susținere a mediului de afaceri, stabilirea mai clară a priorităților, creșterea încrederii dintre mediul de afaceri și autorități, crearea în ansamblu a unui mediu favorabil pentru antreprenori.

Susținerea și dezvoltarea IMM-urilor va contribui, de asemenea, la realizarea altor politici economice, așa ca sectorială, regională, investițională, inovațională ș.a.

Rolul întreprinderilor mici și mijlocii este recunoscut la nivel mondial grație contribuției lor unică de a dezvolta economia. Atât țările dezvoltate, cât și cele în curs de dezvoltare își dau seama că IMM-urile și întreprinzătorii joacă un rol vital în dezvoltarea industrială a unui stat. Deci, nu există nici o noutate în faptul că strategiile politice au prevăzut de multe ori că IMM-urile pot deveni acceleratorul de relansare economică.

Referințe bibliografice

1. ACULAI, E. ș.a. Dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii: contribuție, provocări și direcții de perspectivă. IEFS, Chișinău, 2012, p.333, ISBN 978-9975-4381-2-4;
2. BOCANCEA L. Întreprinderile mici și mijlocii – promotor al dezvoltării economice. În: Meridian ingineresc, 2010, nr. 2, p.68-73.
3. SAVLOVSCHI, L., ROBU, N. The role of SMEs in modern economy. În: *Economia*. Seria „Management”, vol.14. București: Editura ASE, 2011, p.280.
4. SOLCAN A. Managementul micului business. Chișinău: ASEM, Chișinău, 2001. 301 p.
5. <https://statistica.gov.md/>

ROLUL SUSTENIBILITĂȚII ÎN MARKETINGUL MODERN

Raisa Dușcov, CSAF
Emilia Carauș, Colegiul ULIM

Rezumat. Acest articol se concentrează asupra strategiilor sustinabile necesare pentru dezvoltarea marketingului, pentru un viitor mai durabil cu factori esențiali în succesul antreprenorial. Putem argumenta că posibilitățile marketingului poate ajuta la acapararea unor piețe de desfacere și satisfacerea cererii și ofertei pentru un mediu

durabil la integrarea societății în valorile ofertelor pieței, ce sunt enorm colegate reciproc de modele noi de dezvoltare a afacerilor cu imboldul bunăstării planetei.

Abstract. This article focuses on the sustainable strategies needed for marketing development, for a more sustainable future with essential factors in entrepreneurial success. We can argue that the possibilities of marketing can help capture some outlets and satisfy demand and supply for a sustainable environment by integrating society into the values of market offers, which are enormously correlated to each other by new models of business development with the impetus of the well-being of the planet.

Cuvinte cheie: Strategii de marketing; sustenabilitate; antreprenoriat; responsabilitate socială; dezbateri durabile; inovații.

Introducere:

În ultimele decenii, marketingul a evoluat dincolo de simpla promovare a produselor și serviciilor. Odată cu creșterea conștientizării sociale și ecologice, conceptul de dezvoltare durabilă a devenit un element central al strategiilor de marketing. Această tranziție reflectă o schimbare profundă în modul în care companiile interacționează cu consumatorii și cum își definesc misiunea și valorile.

Rezultate și discuții:

În peisajul dinamic al afacerilor contemporane, integrarea dezvoltării durabile în strategiile de marketing a devenit un factor esențial pentru succesul antreprenorial. Această schimbare reflectă conștientizarea tot mai mare că profitabilitatea pe termen lung este strâns legată de responsabilitatea față de mediu și echitatea socială. Pe măsură ce consumatorii devin mai conștienți de impactul ecologic al achizițiilor lor, companiile răspund prin integrarea durabilității în centrul ofertei lor de valoare.

Cadrul de reglementare a modelat și el traiectoria marketingului durabil. Normele stricte de mediu din Uniunea Europeană obligă companiile să inoveze în designul produselor și strategiile de marketing, ducând la o proliferare a ecoetichetelor, care influențează alegerile consumatorilor. O schimbare culturală semnificativă către durabilitate a modificat așteptările consumatorilor. Acum se așteaptă ca mărcile nu doar să minimizeze daunele, ci și să contribuie pozitiv la societate. Campania „One for One” a TOMS Shoes, în cadrul căreia pentru fiecare pereche vândută se donează o pereche de pantofi, este un exemplu elocvent de marketing în care oferta de produse este împlinită cu impactul social.

Realitățile economice ale marketingului durabil devin din ce în ce mai clare pe măsură ce costul inacțiunii crește. Frecvența tot mai mare a dezastrelor naturale legate de schimbările climatice a scos la iveală riscurile financiare ale practicilor nesustenabile, determinând investitorii să favorizeze întreprinderile cu programe solide de sustenabilitate.

Evoluția marketingului dezvoltării durabile este o dovadă a importanței sale crescând în sfera antreprenorială. Întrebarea nu mai este dacă întreprinderile ar trebui să adopte practici durabile, ci cât de inovator și eficient le pot integra în strategiile lor de marketing pentru a satisface nevoile unei piețe conștiente din punct de vedere ecologic. Exemplele prezentate ilustrează natura complexă a acestei evoluții, demonstrând multiplele moduri în care durabilitatea a devenit piatra de temelie a marketingului modern.

În afacerile în plină dezvoltare, integrarea practicilor durabile a devenit piatra de temelie pentru antreprenorii inovatori. Efortul pentru dezvoltare durabilă nu doar că rezolvă problemele ecologice, dar deschide și numeroase oportunități pentru inovație, diferențiere și crearea de valoare. Această schimbare de paradigmă către conștientizarea ecologică nu este doar o tendință, ci o abordare strategică ce se aliniază cu obiectivele de profitabilitate pe termen lung, sustenabilitate și responsabilitate corporativă. Start-up-urile axate pe eficiența utilizării resurselor acced pe o piață unde minimizarea deșeurilor este apreciată. De exemplu, companii precum Zero Waste Bistro au revoluționat industria restaurantelor folosind fiecare parte a ingredientelor lor, reducând astfel risipa alimentară și atrăgând clienți conștienți de impactul asupra mediului. Antreprenorii din sectorul energiilor regenerabile se află în prima linie a luptei împotriva schimbărilor climatice. De exemplu, compania SolarCity a făcut energia solară mai accesibilă pentru proprietarii de case, contribuind la un viitor energetic sustenabil și câștigând o cotă semnificativă de piață. Construirea unui lanț de aprovizionare durabil nu este doar o alegere etică, ci și economic rentabilă. Mărci precum Patagonia au stabilit standarde prin asigurarea că materialele lor provin din surse ecologice, ceea ce le-a îmbunătățit imaginea și loialitatea clienților. Investițiile în tehnologiile verzi reprezintă un domeniu profitabil pentru antreprenori. Inovații precum materialele de ambalare biodegradabile, dezvoltate de companii precum Notpla, demonstrează cum rezolvarea problemelor ecologice poate conduce, de asemenea, la crearea unor afaceri profitabile. Cererea pentru produse ecologice a crescut vertiginos, deschizând noi oportunități de afaceri. Lush Cosmetics a intrat cu succes pe această piață cu produsele sale realizate manual și fără ambalaj, demonstrând că sustenabilitatea poate fi un punct unic de vânzare. Pe măsură ce tot mai multe companii își doresc să devină ecologice, cererea pentru expertiză în domeniul sustenabilității crește. Firmele specializate în consultanță pe sustenabilitate, precum SustainAbility, oferă informații valoroase care ajută afacerile să adopte practici mai ecologice. Conceptul de economie circulară, în care produsele sunt destinate reutilizării și reciclării, reprezintă

Concluzii

În concluzie, marketingul dezvoltării durabile reprezintă nu doar o strategie de afaceri, ci un

angajament față de un viitor mai bun. Integrând sustenabilitatea în modelul de afaceri, antreprenorii pot contribui la crearea unei economii care valorifică atât profitabilitatea, cât și protecția mediului, demonstrând că este posibil să faci afaceri cu responsabilitatea societății și cu normele internaționale pentru împiedicarea haosului distrugerii omenirii.

Referințe bibliografice:

1. Mullins, J., Walker, O. C., & Boyd, H. W. Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach. McGraw-Hill Education. (2015).
2. Kotler, P., & Keller, K.. Marketing Management. Pearson. (2016).
3. Day, G. S.. Marketing Strategies for Turbulent Times. Harvard Business Review Press. (2020).

СИСТЕМА TAX FREE КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТУРИЗМА И ЭКОНОМИКИ

*Lia Popovici, CSAF
Anastasia Grigoruța, CSAF, gr. PAA 042*

Abstract:The article examines the VAT refund system - Tax Free - and its significance for international tourism and the economies of countries. Tax Free enables foreign tourists to reclaim VAT paid on purchases abroad, stimulating

demand for local goods and services. The focus is on the VAT refund mechanism, an analysis of the benefits of the Tax Free system, and its role in supporting local markets.

Ключевые слова: налог, НДС, экономика, товары, услуги, анализ, рынок, туристы, прибыль.

Современный международный туризм играет важную роль в экономике многих стран, принося значительный доход от иностранных посетителей. Система *Tax Free*, или система возврата НДС для нерезидентов, становится важным инструментом, который поддерживает туристическую привлекательность стран. Она предлагает путешественникам возможность возвращать часть потраченных средств при выезде из страны, что делает покупки более доступными. Кроме того, Tax Free стимулирует рост розничной торговли и улучшает международное экономическое сотрудничество, так как путешественники охотнее посещают страны, где можно частично компенсировать расходы на покупки.

Налог на добавленную стоимость (НДС)[1] - это косвенный налог, который взимается с товаров и услуг, приобретенных конечными потребителями. В большинстве стран ставка НДС составляет около 20% с некоторыми льготными ставками для отдельных категорий товаров. НДС обеспечивает значительную часть доходов государственного бюджета, что делает его одним из самых значимых косвенных налогов[2]. При этом Tax Free позволяет частично компенсировать сумму НДС, что мотивирует иностранных покупателей делать покупки именно в странах с такой системой оплат.

Механизм работы Tax Free. Процесс возврата НДС через систему Tax Free включает несколько этапов[3]:

- (1) **Совершение покупки:** Иностранный турист должен купить товар в магазине, поддерживающем систему Tax Free. Как правило, такие магазины сотрудничают с глобальными операторами, такими как Global Blue или Planet Tax Free, и имеют соответствующую маркировку;
- (2) **Оформление чека Tax Free:** При покупке туристу необходимо попросить оформить специальный чек Tax Free, где указываются паспортные данные покупателя;
- (3) **Паспортный контроль и таможенный штамп:** При выезде из страны турист должен предъявить покупки и чеки на таможне для получения штампа, подтверждающего право на возврат НДС;
- (4) **Возврат средств:** По прибытии в страну постоянного проживания турист может получить возврат НДС через пункт возврата Tax Free или банк, предъявив чеки и паспорт.

Процесс возврата становится более удобным с использованием электронных подтверждений фискальных чеков, что сокращает необходимость предъявления таможенных штампов в некоторых странах.

Особенности возврата НДС в Молдове - В Республике Молдова возврат НДС, уплаченного за границей, осуществляется через Moldindconbank. Туристам

необходимо предъявить чеки Tax Free, молдавский заграничный паспорт и удостоверение личности. Возврат возможен в течение 60–90 дней с момента покупки за пределами страны.

Преимущества системы Tax Free - Система Tax Free оказывает положительное влияние как на путешественников, так и на экономику стран:

(1) **Экономия для туристов** - Возможность вернуть до 20% от стоимости покупки делает поездки за границу более привлекательными для туристов, особенно для тех, кто приобретает премиальные товары, такие как одежда и электроника.

(2) **Стимулирование туристической активности** - Система Tax Free привлекает в страну дополнительных иностранных покупателей, которые готовы тратить больше на местные товары и услуги. Это способствует росту потребления и увеличивает объем розничной торговли.

(3) **Развитие международного сотрудничества** - Tax Free, поддерживаемый глобальными операторами, такими как Global Blue и Planet Tax Free, стимулирует развитие делового туризма. Наличие системы Tax Free становится значимым фактором для деловых путешественников при выборе страны для посещения.

(4) **Упрощение возврата** - Благодаря наличию крупных операторов, возврат средств можно получить как наличными, так и на карту. Современные электронные системы значительно облегчают и ускоряют процесс возврата, что делает систему Tax Free еще более удобной для туристов.

(5) **Поддержка локального бизнеса** - Система Tax Free предоставляет конкурентное преимущество местным магазинам, поскольку позволяет туристам экономить на покупках. Это стимулирует рост оборота и развитие локальной розничной торговли.

(6) **Повышение доступности премиальных товаров** - Tax Free делает премиальные товары более доступными для туристов, увеличивая интерес к покупкам в стране. Это поддерживает рынки люксовых товаров и в целом стимулирует продажи высококачественных товаров и электроники.

Современное развитие системы Tax Free тесно связано с внедрением цифровых технологий и автоматизацией процессов, что делает процесс возврата НДС удобнее и быстрее для туристов[4]. Тенденции включают использование электронных чеков, мобильных приложений и интеграцию бесконтактных технологий.

Рассмотрим ключевые инновации и тренды, которые сегодня меняют систему Tax Free: *Электронные чеки и онлайн-сервисы*: Многие страны, особенно в ЕС, переходят на использование электронных чеков для системы Tax Free. Это позволяет туристам оформить возврат НДС онлайн, избегая сложностей с физическими бумагами и снижая риски ошибок или потери документов. Электронные чеки упрощают процесс как для путешественников, так и для операторов Tax Free, поскольку уменьшается количество административной работы. Электронные чеки также поддерживают

возможность автоматического заполнения данных, таких как паспортная информация и сведения о покупке, что ускоряет весь процесс. Некоторые страны, например Франция и Испания, внедрили систему eTax Free, которая позволяет туристам подтвердить чек в электронном виде без необходимости посещать таможенную. Это особенно удобно для крупных международных аэропортов и популярных туристических мест с большим потоком туристов.

Мобильные приложения и возврат на банковскую карту: С появлением мобильных технологий операторы Tax Free, такие как Global Blue и Planet Tax Free, разрабатывают мобильные приложения, позволяющие туристам отслеживать и управлять возвратом НДС. Такие приложения дают пользователям возможность: Отслеживать статус возврата в реальном времени; Управлять документами и хранить чеки в электронном виде; Запрашивать возврат НДС прямо на банковскую карту или электронный кошелек, что избавляет от необходимости посещать кассы возврата в аэропортах. Система возврата на карту особенно популярна среди туристов, так как позволяет получить деньги быстро и безопасно. Например, возврат через карту исключает риск потери или кражи наличных денег, что особенно важно для путешественников.

Автоматизация и бесконтактные решения: В последние годы многие аэропорты и крупные торговые центры внедряют автоматизированные стойки для оформления возврата НДС. Эти терминалы позволяют туристам самостоятельно провести все этапы возврата — от сканирования чеков до получения штампа и выбора способа возврата (на карту или наличными). Автоматизированные стойки помогают значительно сократить время ожидания и обеспечивают удобство, особенно в пиковые часы, когда поток туристов в аэропортах возрастает. Автоматизированные системы также часто поддерживают несколько языков, что облегчает их использование для туристов из разных стран. Некоторые из них оснащены функцией бесконтактного сканирования документов и QR-кодов на чеках, что делает процесс еще быстрее. Цифровая интеграция с туристической инфраструктурой: Некоторые операторы Tax Free стремятся интегрировать свои сервисы с гостиницами, турагентствами и авиакомпаниями, предоставляя туристам возможность запрашивать возврат НДС еще до прибытия в аэропорт. Например, турист, забронировавший отель или турпакет через партнерские сервисы, может сразу получить информацию о возможностях возврата НДС и оформить необходимые документы онлайн. Эта цифровая интеграция позволяет создать более полное и удобное туристическое обслуживание.

Система Tax Free является важным инструментом для поддержки международного туризма и экономического роста. Она предоставляет

иностранным путешественникам возможность частично компенсировать затраты на покупки, что делает страну привлекательнее для туристов и увеличивает потребительскую активность. Внедрение Tax Free стимулирует розничную торговлю, способствует развитию малого и среднего бизнеса и поддерживает международное экономическое сотрудничество. Современные технологии, такие как электронные чеки и мобильные приложения, упростили процесс возврата НДС, делая его более доступным для туристов. Эти инновации снижают административные издержки и уменьшают риски потери чеков.

Библиографические ссылки:

[1] Налог на добавленную стоимость (НДС). Википедия. Дата обращения: 28 октября, 2024 г. URL:

https://ru.wikipedia.org/wiki/Налог_на_добавленную_стоимость.

[2] Служба налоговой и таможенной службы Республики Молдова. Часто задаваемые вопросы о НДС. Сайт SFS. Дата обращения: 28 октября 2024 г.

URL: <https://sfs.md/ru/voprosy-bazy-dannyh-obobshcheniya/9>.

[3] Tax Free Shopping Guide for Tourists. Global Blue. Дата обращения: 28 октября 2024 г. URL: <https://www.globalblue.com/>.

[4] Planet Tax Free. Информация о системе Tax Free и процедуре возврата НДС для туристов. Дата обращения: 28 октября 2024 г. URL:

<https://www.planetpayment.com/tax-free>.

SOLUȚII DE MARKETING ȘI ROLUL LOR ÎN ACTIVITATEA ORGANIZAȚIEI

*Raisa Dușcov, CSAF
Ala Hariton, Colegiul ULIM*

Rezumat: Deciziile de marketing joacă un rol critic în succesul organizațiilor prin reducerea incertitudinilor și asigurarea alinierii la cerințele pieței. În contexte moderne, companiile se bazează foarte mult pe strategii de marketing bine structurate pentru a ajunge la consumatori în mod eficient și pentru a menține competitivitatea. Acest articol explorează elementele esențiale ale soluțiilor de marketing și impactul lor direct asupra performanței organizaționale, analizând modul în care companiile își pot îmbunătăți procesele de luare a deciziilor pentru a spori prezența pe piață.

Abstract: Marketing decisions play a critical role in the success of organizations by reducing uncertainties and ensuring alignment with market demands. In modern contexts, companies heavily rely on well-structured marketing strategies to effectively reach consumers and maintain competitiveness. This article explores the essential elements of marketing solutions and their direct impact on organizational performance, analyzing how companies can improve their decision-making processes to enhance their market presence.

Cuvinte-cheie: Soluții de marketing, Luarea deciziilor, Performanța afacerii, Strategie, Reducerea incertitudinii, Cercetare de piață.

Introducere:

În lumea modernă, marketingul reprezintă o componentă esențială a activităților economice, având un impact major asupra succesului organizațiilor. Luarea deciziilor corecte în marketing este crucială pentru atingerea obiectivelor organizaționale și pentru adaptarea rapidă la dinamica pieței. Într-o eră în care competiția este acerbă, soluțiile de marketing trebuie să fie eficiente, bazate pe date concrete și să reducă riscurile asociate incertitudinii. Acest articol își propune să analizeze soluțiile de marketing și impactul lor asupra performanței organizaționale, cu un accent special pe noile tendințe și inovații din domeniu.

Conținutul de bază.

Rolul soluțiilor de marketing în organizație sunt acțiuni strategice care permit organizațiilor să își atingă obiectivele prin alinierea produselor și serviciilor la cerințele pieței. Ele contribuie la reducerea riscurilor printr-o analiză profundă a pieței și identificarea oportunităților emergente. Deciziile de marketing nu sunt doar tactice, ci și strategice, având un impact pe termen lung asupra poziției unei companii în piață.

Componentele soluțiilor de marketing cuprinde mai multe etape esențiale:

- Colectarea și analiza datelor de piață: Organizarea și utilizarea informațiilor colectate despre comportamentul consumatorilor, concurenți și tendințe economice.

- Formularea strategiei: Dezvoltarea unei strategii clare care să ghideze acțiunile organizației pentru a răspunde cerințelor pieței și pentru a atinge obiectivele stabilite.

- Implementarea soluțiilor: Executarea planurilor de marketing prin politici de produs, preț, distribuție și promovare.

- Monitorizarea și ajustarea: Adaptarea continuă a strategiilor în funcție de schimbările din mediul extern și intern al organizației.

Importanța soluțiilor de marketing pentru reducerea incertitudinii. Este un element cheie în luarea deciziilor de marketing este capacitatea de a reduce incertitudinea și riscurile. Într-un mediu în continuă schimbare, deciziile bine

informate ajută organizațiile să evite pierderi și să identifice noi oportunități. De exemplu, în contextual pandemiei COVID-19, multe companii au adoptat soluții digitale și strategii inovatoare pentru a ajunge la consumatori, ceea ce a permis nu doar supraviețuirea, ci și creșterea în anumite sectoare.

Tendențe actuale în soluțiile de marketing, putem evidenția următoarele soluțiile de marketing ce includ:

- Digitalizarea: Transformarea digitală este una dintre cele mai mari tendințe, oferind companiilor oportunități semnificative de a se conecta cu consumatorii prin platforme online, rețele sociale și e-commerce. De exemplu, utilizarea inteligenței artificiale în marketing ajută la personalizarea experienței consumatorilor și la îmbunătățirea eficienței campaniilor.

- Sustenabilitatea: Consumatorii devin din ce în ce mai conștienți de impactul pe care companiile îl au asupra mediului, ceea ce face ca marketingul axat pe sustenabilitate să fie o soluție de succes pentru atragerea și păstrarea clienților.

- Marketingul bazat pe date: Deciziile de marketing sunt din ce în ce mai mult bazate pe analiza datelor, permițând companiilor să își ajusteze rapid strategiile în funcție de comportamentul consumatorilor.

Concluzii:

În concluzii putem evidenția că soluțiile de marketing sunt esențiale pentru succesul organizațiilor, întrucât ajută la reducerea incertitudinii, îmbunătățirea procesului decizional și alinierea la nevoile consumatorilor. Într-un mediu competitiv, companiile care adoptă soluții inovatoare și bine fundamentate vor fi cele care își vor menține și chiar extinde cota de piață. Digitalizarea, sustenabilitatea și marketingul bazat pe date sunt tendințe actuale care influențează semnificativ aceste soluții.

Referințe bibliografice:

1. Kotler, P., & Keller, K. Marketing Management. Pearson. (2016).
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson. (2019).
3. Baker, M. J. The Marketing Book. Routledge. (2014)
4. Day, G. S.. Marketing Strategies for Turbulent Times. Harvard Business Review Press. (2020)
5. Mullins, J., Walker, O. C., & Boyd, H. W. Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach. McGraw-Hill Education. (2015).

SOLUȚII DE MARKETING ȘI ROLUL LOR ÎN ACTIVITATEA ORGANIZAȚIEI: MARKETINGUL PROVOCATOR

*Raisa Dușcov, CSAF
Savina Arina Grăjdieru, COLEGIU, ULIM*

Abstract: Marketingul provocator reprezintă o abordare creativă și neconvențională utilizată pentru a capta atenția consumatorilor prin declanșarea unor emoții puternice și stimularea conversațiilor. Această strategie își propune să ofere o alternativă la metodele de marketing tradiționale, vizând surprinderea publicului prin tehnici inovatoare precum flash mob-uri, plasamente de viață sau tactici virale. Scopul articolului este de a explora modul în care marketingul provocator funcționează, avantajele și riscurile acestuia, precum și impactul său asupra companiilor.

Provocative marketing represents a creative and unconventional approach used to capture consumers' attention by triggering strong emotions and stimulating conversations. This strategy aims to provide an alternative to traditional marketing methods, targeting the audience's surprise through innovative techniques such as flash mobs, experiential placements, or viral tactics. The purpose of this article is to explore how provocative marketing works, its advantages and risks, as well as its impact on companies.

Cuvinte-cheie: Marketing provocator, strategii inovatoare, creativitate, strategie neconvențională, flash mob-uri, viralitate, Life Placement.

Introducere:

Într-o lume saturată de publicitate convențională, consumatorii devin din ce în ce mai rezistenți la reclamele obișnuite. În acest context, marketingul provocator a apărut ca o strategie inovatoare care nu doar promovează un produs, ci captează atenția publicului prin metode neconvenționale și provocatoare. Prin utilizarea creativității și a surprinderii, această formă de marketing își propune să declanșeze reacții emoționale și să genereze discuții virale.

Conținutul de bază.

Componentele marketingului provocator este o soluție de marketing ce implică mai multe etape:

1. Creativitate: Utilizarea unor idei îndrăznețe și inovatoare care să surprindă publicul.
2. Participare involuntară: Transformarea audienței în participanți neintenționați ai campaniei.
3. Răspândirea informației: Martorii evenimentelor provocatoare transmit mesajul prin canale virale.

Obiectivele marketingului provocator:

- Atragerea atenției: O campanie provocatoare este dificil de ignorat și aduce vizibilitate.
- Diferențiere pe piață: Se evidențiază față de alte campanii tradiționale.
- Memorabilitate: Impactul emoțional asigură o recunoaștere de lungă durată.

Avantajele marketingului provocator:

- Costuri reduse datorită propagării virale.
- Experiențe unice care consolidează loialitatea față de brand.
- Reacții emoționale puternice care sporesc implicarea consumatorilor.

Riscurile marketingului provocator:

- Riscuri de a depăși limitele acceptabilității sociale.
- Posibilitatea de a ofensa anumite grupuri, dacă sensibilitățile culturale nu sunt evaluate corect.

Tehnici utilizate în marketingul provocator:

1. Life Placement: Plasarea mesajului publicitar în locuri neconvenționale (ex. pe corpul uman).
2. Flash mob-uri: Evenimente publice spontane care atrag atenția.
3. Sistemul de zvonuri: Crearea de discuții în jurul unei campanii provocatoare.

Monitorizarea, ajustarea și implementarea unui plan de marketing provocator necesită monitorizare continuă și ajustări în funcție de reacțiile publicului și de mediul extern. Într-un mediu marcat de incertitudine, deciziile rapide și informate sunt esențiale pentru succesul unei campanii provocatoare. Pandemia COVID-19 a accelerat adoptarea soluțiilor digitale, care au oferit companiilor oportunități inovatoare de a ajunge la consumatori.

În concluzii Marketingul provocator oferă o alternativă creativă la publicitatea tradițională, cu potențialul de a crea un impact emoțional profund și de a genera discuții virale. Spre deosebire de abordările clasice, care se concentrează pe transmiterea unui mesaj direct și clar, marketingul provocator își propune să surprindă publicul și să declanșeze reacții autentice prin tehnici îndrăznețe și nonconformiste. Deși această metodă prezintă riscuri considerabile, cum ar fi posibilele reacții negative sau percepții greșite, companiile care își planifică și monitorizează atent campaniile pot transforma aceste riscuri în oportunități de consolidare a brandului. În plus, prin intermediul strategiilor inovatoare și memorabile, brandurile pot să obțină nu doar vizibilitate pe termen scurt, ci și loialitatea consumatorilor pe termen lung.

Pe o piață extrem de competitivă, marketingul provocator devine astfel un instrument valoros pentru companiile care doresc să se diferențieze și să se apropie de consumatori într-un mod relevant și autentic. De asemenea, în contextul unei lumi tot mai digitalizate și interconectate, strategiile de marketing provocator permit companiilor să beneficieze de o propagare virală rapidă, oferind șansa unei extinderi organice și eficiente a audienței. În esență, deși presupune o abordare neconvențională și uneori controversată, marketingul provocator poate fi o strategie cu impact profund și durabil, dacă este folosită inteligent și cu atenție la sensibilitățile culturale și sociale ale publicului.

Referințe bibliografice:

1. Kotler, P., & Keller, K. . Marketing Management. Pearson, (2016).
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F., Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson, (2019).
3. Baker, M. J., The Marketing Book. Routledge, (2014).
4. Day, G. S., Marketing Strategies for Turbulent Times, Harvard Business Review Press, (2020).
5. Mullins, J., Walker, O. C., & Boyd, H. W., Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach. McGraw-Hill Education, (2015).

SUSTENABILITATEA - IMPORTANȚA ȘI NECESITATEA ÎNTR-O SOCIETATE

Raisa Dușcov, CSAF

Nichita Papușoi, CSAF, IPF – 041

Acest proiect explorează conceptul de sustenabilitate, analizând importanța și necesitatea implementării acesteia în societatea modernă, oferind exemple concrete de bune practici în acest domeniu. Într-un context global în care resursele naturale sunt din ce în ce mai limitate, iar efectele activităților umane asupra mediului devin tot mai evidente, sustenabilitatea a devenit un concept central în dezbaterile despre viitorul planetei noastre. Sustenabilitatea implică un echilibru între dezvoltarea economică, protecția mediului și bunăstarea socială, asigurând că nevoile actuale ale

societății nu compromit capacitatea generațiilor viitoare de ași satisface propriile nevoi. Această temă este esențială nu doar pentru protejarea naturii, ci și pentru garantarea unei calități de viață adecvate pentru toți oamenii.

This project explores the concept of sustainability, analyzing the importance and necessity of its implementation in modern society, providing concrete examples of good practices in this field. In a global context where natural resources are increasingly limited, and the effects of human activities on the environment are becoming increasingly evident, sustainability has become a central concept in debates about the future of our planet. Sustainability involves a balance between economic development, environmental protection and social well-being, ensuring that the current needs of society do not compromise the ability of future generations to meet their own needs. This theme is essential not only for protecting nature, but also for guaranteeing an adequate quality of life for all people.

Cuvinte cheie: sustenabilitate; pilonii sustenabilității; echilibru economic; economie circulară; politici economice și sociali.

Ideea de sustenabilitate nu este una nouă. În trecut, civilizații precum Maya sau Mesopotamia au eșuat din cauza exploatării excesive a resurselor. De-a lungul istoriei, exemplele de colaps ecologic și social au demonstrat că un echilibru durabil este esențial pentru continuitatea vieții umane pe termen lung. În secolul XXI, sustenabilitatea devine un obiectiv global, fiind promovată obiectivele de dezvoltare durabilă în agenda 2030 al Națiunilor Unite.

Sustenabilitatea se referă la o dezvoltare pe termen lung care nu dăunează mediului și care este echitabilă din punct de vedere social și economic. Pentru a înțelege pe deplin acest concept, este important să ne raportăm la cei trei piloni ai sustenabilității:

1. **Pilonul economic:** Dezvoltarea economică trebuie să fie durabilă și să creeze valoare pe termen lung. Aceasta implică investiții responsabile în industrii care nu distrug ecosistemele și care contribuie la prosperitatea întregii societăți, nu doar a unei elite. Exemple de practici economice sustenabile includ promovarea agriculturii ecologice, dezvoltarea de tehnologii curate, precum energia solară și utilizarea materialelor reciclate în producție.
2. **Pilonul social:** O societate sustenabilă trebuie să asigure echitate și incluziune pentru toți cetățenii. Aceasta presupune acces la educație, servicii medicale și oportunități economice pentru toate categoriile sociale. De asemenea, implică respectarea drepturilor omului și asigurarea unei calități adecvate a vieții. Exemplu: Implementarea programelor de educație ecologică în școli și crearea de comunități unde locuitorii au acces la locuințe durabile și sănătoase.
3. **Pilonul de mediu:** Protecția mediului este fundamentală pentru supraviețuirea pe termen lung a planetei. Acest pilon se referă la gestionarea sustenabilă a resurselor naturale, reducerea poluării și conservarea biodiversității. Exemple includ promovarea tehnologiilor de energie regenerabilă, cum ar fi panourile solare și turbinele eoliene, precum și programele de reîmpădurire și protejare a habitatelor naturale.

Importanța sustenabilității are nevoie de factori bine controlați cum ar fi:

1. Protecția mediului este baza tuturor activităților economice și sociale. Dacă acesta este deteriorat, toate aspectele vieții umane sunt afectate, de la sănătate la economie. Schimbările climatice, poluarea și pierderea biodiversității sunt provocări majore care necesită soluții sustenabile. Prin urmare, protejarea mediului prin practici durabile devine esențială pentru a preveni dezastre ecologice și economice. Un exemplu concret de impact negativ al activităților nesustenabile este poluarea masivă din orașele industriale. Aceasta are efecte severe asupra sănătății umane, provocând afecțiuni respiratorii și cardiovasculare.

2. Gestionarea resurselor, odată cu creșterea populației globale, cererea pentru resurse naturale (cum ar fi apa, petrolul, gazele naturale) crește exponențial. Exploatarea nesustenabilă a acestor resurse duce la epuizarea lor rapidă. Implementarea unor politici care încurajează utilizarea resurselor regenerabile și reducerea consumului excesiv este vitală. Exemple: Desalinizarea apei în zonele cu deficit de apă și utilizarea materialelor reciclate în construcții sau industria textilă. De asemenea, economia circulară (un model economic în care deșeurile sunt minimizate și resursele sunt refolosite) reprezintă un pas important către sustenabilitate.

3. Crearea unui echilibru economic și social, prin sustenabilitate pot fi create de locuri de muncă, promovarea economiei ecologice și asigurarea unor condiții de viață mai bune pentru toți cetățenii. De exemplu, investițiile în surse de energie regenerabilă creează locuri de muncă în industria tehnologiilor curate, reducând în același timp emisiile de carbon.

În plus, sustenabilitatea încurajează societatea și asigură un echilibru economic. Implementarea unor politici de echitate socială poate reduce sărăcia și inegalitatea, promovând un acces echitabil la resurse și oportunități.

Necesitatea implementării sustenabilității:

1. Reducerea poluării. Poluarea industrială și urbană este una dintre principalele cauze ale degradării mediului și afectează grav sănătatea umană. Reducerea poluării prin investiții în infrastructură verde (transport electric, reciclarea deșeurilor, energie nepoluantă) este esențială pentru îmbunătățirea calității vieții în orașe. Un exemplu de succes este orașul Oslo, Norvegia, care a implementat numeroase inițiative de reducere a emisiilor, devenind unul dintre cele mai „verzi” orașe din lume.

2. Combaterea schimbărilor climatice. Schimbările climatice sunt una dintre cele mai mari amenințări la adresa umanității. Emisiile de gaze cu efect de seră, provenite din arderea combustibililor fosili, defrișări și agricultură intensivă, contribuie la încălzirea globală. Reducerea acestor emisii prin adoptarea surselor de energie regenerabilă și schimbarea practicilor agricole este vitală pentru limitarea creșterii temperaturii globale sub 2°C, conform Acordului de la Paris.

3. Contribuția la economia circulară. Economia circulară este un model care înlocuiește ideea de „a produce, a folosi și a arunca” cu „a refolosi, a recicla și a reduce”. Acest concept devine din ce în ce mai important, având în vedere că resursele naturale sunt finite. Producția durabilă, reciclarea materialelor și prelungirea duratei de viață a produselor sunt piloni ai economiei circulare.

Exemple: Industria modei sustenabile, care promovează utilizarea materialelor ecologice și a reciclării hainelor vechi, precum și industria electronicelor, unde unele companii produc dispozitive ușor de reparat pentru a reduce risipa de materiale.

Exemple de bune practici în domeniul sustenabilității:

1. Orașe sustenabile. Multe orașe din lume au început să adopte practici sustenabile pentru a combate efectele schimbărilor climatice și a îmbunătăți calitatea vieții cetățenilor. Copenhaga, de exemplu, și-a propus să devină primul oraș neutru din punct de vedere al emisiilor de carbon până în 2025. Acesta investește masiv în transport public electric, piste pentru biciclete și clădiri eficiente energetic.

2. Companii care adoptă sustenabilitatea. Companiile din diverse industrii își asumă responsabilitatea de a deveni mai sustenabile. Un exemplu notabil este Tesla, care promovează vehiculele electrice și soluțiile de energie solară pentru a reduce dependența de combustibilii fosili. De asemenea, compania de îmbrăcăminte Patagonia este cunoscută pentru utilizarea materialelor reciclate și pentru transparența sa în privința impactului asupra mediului.

Sustenabilitatea nu este doar un concept abstract, ci o necesitate stringentă pentru protejarea resurselor planetei și asigurarea unui viitor sigur și echitabil pentru toate generațiile. Adoptarea unui mod de viață și a unor politici economice și sociale sustenabile, este esențială pentru combaterea problemelor globale precum schimbările climatice, sărăcia și poluarea. Doar printr-o colaborare globală și prin schimbarea mentalităților și a comportamentelor putem spera la un viitor durabil.

Bibliografie:

1. Caprinschi, Anton, Bocancea, Cristian. Știința politicului. Tratat. Vol. 1. Iași: Editura Universității „Al. I. Cuza”, 1998.

2. Vareaghin I., Tranziția politică moldovenească în contextul modelelor clasice de tranziție // Moldoscopie (probleme de analiză politică) . Nr. 2 (XLI), 2008.

**ФОРМЫ И МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ**

Социально-экономическое развитие является ключевым фактором прогресса общества, отражающим изменения в экономической социальной и культурных сферах. Оно включает в себя процессы, направленные на улучшения благосостояния населения, повышения уровня жизни, сокращение неравенства и обеспечения устойчивого роста. Важным аспектом исследования социально - экономического развития является выявление и анализ его форме и методов, которые определяют,каким образом достигаются эти цели в различных странах и исторических условиях. От выбора подходящих форм и методов зависят темпы и направления развития, степень социального благополучия и справедливости,а так же уровень технологического и экономического прогресса. В данном исследовании будут рассмотрены ключевые формы и методы социально - экономического развития, их особенности и влияния на динамику общественных трансформаций.

Dezvoltarea socio-economică este un factor cheie în progresul societății, reflectând schimbările din sfera economică, socială și culturală. Include procese care vizează îmbunătățirea bunăstării populației, creșterea nivelului de trai, reducerea inegalității și asigurarea unei creșteri durabile. Un aspect important al studiului dezvoltării socio-economice este identificarea și analiza formei și metodelor acesteia, care determină modul în care aceste obiective sunt atinse în diferite țări și condiții istorice. Ritmul și direcția dezvoltării, gradul de bunăstare socială și justiție, precum și nivelul progresului tehnologic și economic depind de alegerea formelor și metodelor adecvate. Acest studiu va examina formele și metodele cheie ale dezvoltării socio-economice, caracteristicile și influența acestora asupra dinamicii transformărilor sociale.

Socio-economic development is a key factor in the progress of society, reflecting changes in the economic, social and cultural spheres. It includes processes aimed at improving the well-being of the population, raising living standards, reducing inequality and ensuring sustainable growth. An important aspect of the study of socio-economic development is the identification and analysis of its form and methods, which determine how these goals are achieved in different countries and historical conditions. The pace and direction of development, the degree of social well-being and justice, as well as the level of technological and economic progress depend on the choice of suitable forms and methods. This study will examine the key forms and methods of socio-economic development, their features and influence on the dynamics of social transformations.

Ключевые слова: социальная экономика, уровни социально - экономического развития, экономические развитые страны, группа стран среднего уровня развития, организация объединенных наций.

В качестве целей социально -экономического развития региона используются такие, как увеличение доходов, улучшение образования, питания и здравоохранения, снижение уровня нищеты, оздоровление окружающей среды, равенство возможностей, расширение личной свободы, обогащение культурной жизни.

Социально-экономическое развитие включает общественные интересы в разработку социальной политики и экономических инициатив . Конечной целью социального развития является достижение устойчивого улучшения благосостояния личности, групп, семьи, сообщества и общества в целом. Уровни социально-экономического развития мировое хозяйство и международные отношения можно разбить на:

I - экономически развитые страны

II - промежуточная группа стран среднего уровня развития (С.С.У.Р.)

III - экономически слаборазвитые страны или, как их принято называть по терминологии Организация объединенных наций развивающиеся страны .

Примеры социально - экономического развития:

- Безработица и низкий доход - один из лучших примеров для понимания социально-экономического развития. Если уровень безработицы высок, людям приходится работать в отраслях, которые ниже их возможностей, и за гораздо меньшую плату.

Показатели характеризующие социально - экономическое развитие.

- Основные критерии - территориальная, географическая общность, схожесть социально-экономических условий.

Разница между социальным развитием и экономическим развитием, относится к росту экономики, в то время как социальное развитие относится к общему благосостоянию людей с точки зрения образования, здравоохранения и т. д.

Формы и методы регулирования социально-экономического развития регионов: существующая практика и перспективы развития. В современных условиях хозяйствования существует достаточно широкая классификация форм и методов государственного регулирования социально-экономического развития регионов. Рассматривая системы управления региональными структурами, нужно обратить внимание на управление социально-экономическим развитием регионов. Как известно социально-экономическое развитие включает в себя следующие составные:

- рост производства, доходов и как результат повышение благосостояния населения;

- существенные сдвиги в социальной, институциональной, административной структурах общества;
- перемены в общественном сознании;
- перемены в традициях и привычках;
- повышение уровня образования и улучшение здоровья и т.п.

Для реализации этих составляющих в современных условиях необходима система методов регулирования социально - экономического развития регионов страны.

Как известно, при плановой экономике комплекс методов управления развитием регионов ограничивался преимущественно административными методами, т.е. административными указаниями фактически осуществлялось перераспределение ресурсов между регионами, вследствие чего достигался относительно равномерный его уровень.

Но в при переходе к рыночными отношениям естественно такой комплекс методов не совсем пригоден для решения подобного рода проблем. В обширном арсенале современных инструментов государственного регулирования экономики региона можно выделить ряд форм и методов. Государственное регулирование осуществляется в следующих формах: законодательной; налоговой; кредитной; субвенционной.

Законодательная форма регулирования означает, что принимаются специальные законодательные акты, обеспечивающие относительно равные возможности для соперничества, расширяющие границы конкуренции, препятствующие развитию монополизированного производства, установлению непомерно высоких цен.

Налоговая и кредитная формы регулирования представляют собой использование налогов и кредитов в целях воздействия на национальный объем производства. Изменяя налоговые ставки, льготы правительство воздействует на сужение или расширение производства, на инвестиционные решения. Варьируя условиями кредитования, государство влияет на уменьшение или увеличение объемов производства. Продавая ценные бумаги, оно сокращает банковские резервы, при этом повышаются процентные ставки и, соответственно, сокращается производство, и наоборот. Скупая же ценные бумаги, государство увеличивает банковские резервы, при этом процентные ставки падают и производство расширяется.

Субвенционная форма регулирования предполагает предоставление государственных субсидий и налоговых льгот отдельным отраслям, предприятиям (главным образом таким отраслям, как сельское хозяйство, добывающая промышленность, судостроение, транспорт).

Среди методов государственного регулирования могут быть выделены: административное и правовое регулирование, прямое и косвенное регулирование.

К административным методам относятся разнообразные меры по рационализации и контингентированию, лицензированию и квотированию, контролю над ценами, доходами, валютными курсами, учетным процентом и др. Эти меры имеют силу приказа и не опираются на экономические интересы и реализующие их стимулы. Государственное правовое регулирование осуществляется в рамках хозяйственного законодательства через систему устанавливаемых им норм и правил.

Особое внимание, на наш взгляд, должно быть уделено экономически слабым регионам. Государство должно оказывать различную поддержку таким регионам: в форме развития производственной инфраструктуры, стимулирования притока частных инвестиций, предоставления ряда налоговых и кредитных льгот, селективного дотирования предприятий, обеспечивающих минимальную занятость, дополнений трансфертов и др. Но главное направление, основной путь - это саморазвитие регионов на основе использования собственного социально-экономического потенциала.

Прямое регулирование подразумевает управление развитием посредством бюджетной политики, прямого финансирования, инвестирования отдельных регионов или отраслей для сдерживания спада или увеличения темпов развития. Это один из способов адресного регулирования (микроинструмент). Наиболее типичный пример такой деятельности государства в регионах - осуществление инвестиционных проектов, имеющих федеральную значимость: строительство и реконструкция за счет федерального бюджета железных дорог, автомагистралей, научных, образовательных и медицинских центров и т.д. Государство должно финансировать также проекты, оказывающие сильное позитивное влияние на рост занятости, увеличение налоговой базы, качество социального обслуживания в конкретных регионах. В настоящее время значительное число инвестиционных проектов осуществляется на долевой основе с использованием средств региональных бюджетов и частных инвесторов (так называемый "револьверный" принцип финансирования). Государственная адресная инвестиционная программа, включенная в структуру государственного бюджета на 2023 г., содержит сотни конфетных объектов и предусматривает выделение на инвестиции 23,8 млрд лей, в том числе на производственные комплексы - 7,0 млрд лей, на социальный комплекс - 16,8 млрд лей.

Государство должно оказывать селективную поддержку действующим предприятиям в форме дотирования производимой ими продукции. В первую очередь это относится к предприятиям государственного сектора. С точки зрения региональной экономической политики важно, где размещаются такие предприятия, в какой региональной ситуации. Финансовая поддержка особенно целесообразна, когда она предотвращает более значительные

экономические и социальные издержки в регионе от снижения производства, занятости или банкротства предприятия. Размещение государственных заказов на поставку продукции для общегосударственных нужд. Государство как крупнейший покупатель должно сильно влиять на загрузку производственных мощностей, занятость и доходы в разных регионах, реализуя определенные задачи региональной экономической политики. В условиях экономического спада особенно важно обеспечивать заказами градообразующие предприятия, чтобы снизить безработицу и другие негативные социально-экономические последствия. Размещение госзаказа может стимулировать экономический подъем в соответствующих регионах и городах.

Организационная, правовая, информационная поддержка регионов в особых областях деятельности. Наиболее важна такого рода поддержка регионов в тех видах деятельности, где возможности и компетенция региональных властей ограничены или недостаточны.

Прежде всего, это внешнеэкономическая деятельность. Государство должно оказывать помощь регионам в установлении контактов с внешнеторговыми партнерами и иностранными инвесторами, в получении международных кредитов и займов, в распространении региональных ценных бумаг на мировых финансовых рынках, во включении в международные программы и проекты технического содействия. Как правило, эти формы международного участия регионов реализуются на основе соглашений, заключаемых правительством республики Молдова, оно же выступает гарантом возврата кредитов и завершения проектов. Приведенные меры, принимаемые государством в современных условиях носят преимущественно прямой характер. Сегодня резко возрастает значение методов косвенного (опосредованного) регулирования, осуществляемого через финансовые, налоговые регуляторы, подкрепляемые региональными льготами и экономическими стимулами в разных сферах деятельности, влияющих на ход развития региональной экономики в Молдове. Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что существует совокупность общих методов и форм регулирования развития регионов, которыми государство воздействует на экономическое их функционирование. Но вместе с тем, в современной отечественной и зарубежной литературе приводится совокупность территориально ориентированных экономических регуляторов, действующих на территории, между собой и вновь создаваемым механизмом регулирования экономики, касающегося привлечения иностранных инвесторов, внешнеэкономической деятельности, развития свободных экономических зон, крупного, малого и среднего бизнеса.

Для улучшения социально - экономического развития можно предложить следующие меры и рекомендации:

1. Инвестиции в человеческий капитал. Развитие образования и системы здравоохранения способствует росту квалифицированной рабочей силы, повышению производительности и улучшению качества жизни.
2. Поддержка инноваций и технологий. Внедрение современных технологий и стимулиция инновационных решений помогает повысить конкурентоспособность экономики, создавая новые возможности для бизнеса и рабочие места.
3. Развитие инфраструктуры. Улучшение транспортной, энергетической и цифровой инфраструктуры способствует созданию благоприятной среды для экономического роста и социальной интеграции.
4. Стимулирование предпринимательства и малого бизнеса. Предоставление льгот, кредитов и упрощение административных процедур может способствовать созданию новых рабочих мест и активизации экономической деятельности.
5. Равномерное распределение доходов и социальная защита. Введение программ социальной поддержки, таких как пособия, доступное жилье и гарантии трудоустройства, способствует уменьшению неравенства и социальной нестабильности.
6. Улучшение государственных институтов и антикоррупционные меры. Прозрачность и эффективность государственного управления напрямую влияют на экономическую активность и доверие со стороны инвесторов.
7. Экологическая устойчивость. Внедрение мер по защите окружающей среды и переход к устойчивым практикам производства и потребления помогает не только защитить природные ресурсы, но и обеспечить долгосрочное устойчивое развитие.

Эти меры могут создать благоприятные условия для роста экономики, улучшить уровень жизни населения и укрепить социальную стабильность в стране.

Bibliografie:

1. https://spravochnick.ru/ekonomika/metody_socialnoy_ekonomiki/?ysclid=m31m6adr6s965093075
2. https://pcrm.md/ru/novosti/view/programma_sotsialno-ekonomicheskogo_razvitiya_respubliki_moldova2021_-_2025_ggchast_I
3. <https://studfile.net/preview/7837940/page:10/>