

Materiale/Teze

SIMPOZION ȘTIINȚIFIC INTERNAȚIONAL AL TINERILOR CERCETĂTORI

EDIȚIA A XVII-a

(24 – 25 aprilie 2019)

Chișinău, 2019

CZU 082:378.663(478-25)=00
S 60

Materiale/teze ale simpozionului științific internațional (24-25 aprilie 2019)

Copyright 2019

Editori:

Academia de Studii Economice a Moldovei, Republica Moldova. Adresa: Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 61, MD-2005, Telefon: + 37322224128, Fax: +37322221968, www.ase.md

Toate drepturile sunt rezervate

Editorii nu sunt responsabili pentru conținutul lucrărilor științifice publicate și nici de opiniile autorilor prezentate în acest Volum.

COLEGIUL DE REDACȚIE

Redactor-șef: Prof. univ., dr. hab., academician Grigore BELOSTECINIC

Membri:

Corneliu GUȚU, dr., Prorector Pentru cercetare și parteneriate, ASEM

Liliana CONDRAȚCHI, cercet. șt., Șef Serviciu Știință, ASEM

Diana BRAGOI, Secretar științific al Senatului ASEM, ASEM

Eugenia FEURAS, dr. hab., Directorul Școlii Doctore ASEM

Veaceslav ZAPOROJAN, dr., Școala Doctorală în drept, științe Politice și Administrative ASEM-USPEE

Angela CASIAN, dr., Director al Școlii Masterale de Excelență în economie și business ASEM

Zinovia TOACĂ, dr., Decan al Facultății „Tehnologii Informaționale și Statistică Economică”, ASEM

Ludmila COBZARI, dr., hab., Decan al Facultății „Finanțe”, ASEM

Angela SOLCAN, dr., Decan al Facultății „Business și Administrarea Afacerilor”, ASEM

Alic BÎRCĂ, dr. hab., Decan al Facultății „Economie Generală și Drept”, ASEM

Lilia GRIGOROI, dr., Decan al Facultății „Contabilitate”, ASEM

dr., Decan al Facultății „Relații Economice Internaționale”, ASEM

Nina ROȘCOVAN, dr. Institutul de Cercetări Economice și Studii Europene, ASEM

Descrierea Camerei Naționale a Cărții

Simpozion Științific Internațional al Tinerilor Cercetători (17 ; 2019 ; Chișinău). Simpozion Științific Internațional al Tinerilor Cercetători, Ed. a 17-a, (24-25 aprilie 2019) : Materiale/Teze / col. red.: Grigore Belostecinic [et al.]. – Chișinău : ASEM, 2019. – 216 p. : fig. color, tab.

Antetit.: Acad. de Studii Econ. a Moldovei. – Texte : lb. rom., engl. fr., alte lb. străine. – Rez.: lb. rom., engl., fr. – Referințe bibliogr. la sfârșitul art. – În red. aut.

1 disc optic electronic (CD-ROM ; 700 Mb ; 52x speed) : sd., col.; în container, 15 x 15 cm. – Titlu preluat de pe eticheta discului. – Cerințe de sistem: Windows OS, HDD 64 Mb, PDF Reader.

ISBN 978-9975-75-961-8.

082:378.663(478-25)=00

S 60

ISBN 978-9975-75-961-8.

Acest Volum include lucrările științifice prezentate la Simpozionul Științific Internațional al Tinerilor Cercetători, Ediția a XVII-a, 24-25 aprilie 2019, care s-a desfășurat în cadrul Academiei de Studii Economice a Moldovei (ASEM), Chișinău, Republica Moldova.

Simpozionul a cuprins următoarele secțiuni:

SECȚIUNILE TEMATICE:

I. CERCETĂTORI ȘI DOCTORANZI

- Secțiunea 1: Strategii de dezvoltare a economiilor naționale*
- Secțiunea 2: Managementul și marketingul în economia contemporană*
- Secțiunea 3: Evoluțiile financiare contemporane*
- Secțiunea 4: Contabilitate, audit, analiză economică*
- Secțiunea 5: Suportul informatic și metode cantitative în economie*
- Secțiunea 6: Econometrie și statistică economică*
- Secțiunea 7: Științe juridice. Științe politice și administrative*

II. MASTERANZI

Secțiunea: Dezvoltarea Republicii Moldova în noul context politic, social și economic, în cercetările masteranzilor ASEM

III. STUDENȚI (CICLUL I), ELEVI (COLEGIU)

- Secțiunea 1: Aspecte și practici pentru o dezvoltare eficientă a economiei naționale*
- Secțiunea 2: Aspecte teoretice și practice ale activității unităților economice*
- Secțiunea 3: Managementul și sustenabilitatea afacerilor în sec. XXI*
- Secțiunea 4: Tendințele marketingului modern*
- Secțiunea 5: Comerț, turism și alimentație publică*
- Secțiunea 6: Contabilitate, Audit și Analiză Economică*
- Secțiunea 7: Jurisprudență națională și europeană*
- Secțiunea 8: Resurse umane și afaceri publice*
- Secțiunea 9: Cooperarea și integrarea economică regională: probleme și perspective*
- Secțiunea 10: Finanțe corporative. Asigurări*
- Secțiunea 11: Finanțe publice și fiscalitate*
- Secțiunea 12: Evoluții pe piețele financiare*
- Secțiunea 13: Evoluții în domeniul monedei și creditului*
- Secțiunea 14: Econometrie și statistică economică*
- Secțiunea 15: Suportul informatic și metode cantitative în economie*

CUPRINS:

PREZENTĂRI ÎN PLEN

PARTICULARITĂȚILE ALIMENTAȚIEI STUDENȚILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA THE PARTICULARITIES OF STUDENTS ALIMENTATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Conducător științific: *TABUNȘCIC OLGA, LECTOR UNIV., ASEM*

Studenți: *VRABIE SORIN, LUPAȘCO CAMELIA, ASEM*

14

SECȚIUNI TEMATICE:

II. MASTERANZI

SECȚIUNEA: DEZVOLTAREA REPUBLICII MOLDOVA ÎN NOUL CONTEXT POLITIC, SOCIAL ȘI ECONOMIC, ÎN CERECĂRILE MASTERANZILOR ASEM

SUBSISTEM INFORMATIC PENTRU PROGRAMAREA ȘI EVIDENȚA PACIENȚILOR COMPUTER SUBSYSTEM FOR SCHEDULING AND EVIDENCE OF PATIENTS

MAGARI VIORELIA, *masterandă, ASEM*

Conducător științific: *GODONOAGĂ ANATOL, dr. hab., ASEM*

16

I. STUDENȚI (CICLUL I), ELEVI (COLEGIU)

SECȚIUNEA I:

*Aspecte și practici pentru o dezvoltare eficientă a
economiei naționale*

GREEN ECONOMY AS A PERSPECTIVE FOR THE REPUBLIC OF MOLDOVA ECONOMIA VERDE CA PERSPECTIVĂ PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

ȚURCAN OTILIA, *studentă, anul I, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM*

Conducător științific: *SVETLANA STRATAN, dr., conf.univ., ASEM*

20

RENEWABLE ENERGY- SOLUTION FOR THE REPUBLIC OF MOLDOVA ENERGIA REGENERABILĂ - SOLUȚIE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

Cristina DERMINJI, *studentă, anul III, Specialitatea – Economie generală, ASEM*

Conducător științific: *DORINA PATRAȘCU, lect. univ., ASEM*

22

IMPACTUL INTEGRĂRII ÎN CÂMPUL MUNCII ASUPRA DEZVOLTĂRII ECONOMIEI NAȚIONALE

THE IMPACT OF LABOR INTEGRATION ON THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

EVELINA IACOBACHE, *studentă, anul II, Specialitatea – Business și Administrare,
Universitatea de Stat "B.P. Hasdeu", Cahul*

Conducător științific: *LIUDMILA ROȘCA-SADURSCHI, dr., conf.univ., ASEM*

24

SALARIES AND LABOR MARKET IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA SALARIIILE ȘI PIAȚA MUNCII ÎN REPUBLICA MOLDOVA

ȚURCAN OTILIA, *studentă, anul I, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM*

Conducător științific: *ALIONA BALAN, dr., conf.univ., ASEM*

27

SECȚIUNEA II:

Aspecte teoretice și practice ale activității unităților economice

JOINT BUSINESS DEVELOPMENT TENDENCIES IN THE MOLDOVAN ECONOMY THROUGH THE INTENSIFICATION CONDITIONS OF INTEGRATION PROCESSES. TENDINȚELE DE DEZVOLTARE A ÎNTERPRINDERILOR MIXTE ÎN ECONOMIA REPUBLICII MOLDOVA PRIN PRISMA INTENSIFICĂRII PROCESELOR DE INTEGRARE. <i>CEALA ARINA, studentă, anul I, Specialitatea – Marketing și Logistică, ASEM</i> <i>Conducător științific: IGNATIUC DIANA, dr., conf. univ., ASEM</i>	30
THE ROLE OF WOMEN IN BUSINESS ROLUL FEMEILOR ÎN AFACERI <i>GAMUREAC MIHAELA, studentă, anul I, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i> <i>Conducător științific: BALAN ALIONA, dr., conf. univ., ASEM</i>	32
THE ROLE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE LONG-TERM DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA ROLUL ÎNTERPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII PENTRU DEZVOLTAREA DURABILĂ A ECONOMIEI NAȚIONALE A REPUBLICII MOLDOVA <i>MURJI ANASTASIA, studentă, anul I, Specialitatea – Marketing și Logistică, ASEM</i> <i>Conducător științific: IGNATIUC DIANA, dr., conf. univ., ASEM</i>	34
PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT IN THE SPHERE OF INTERNATIONAL CARGO AND ROAD TRANSPORTATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОВЫХ И АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА <i>CONOP VLADISLAVA, student, anul I, Specialitatea – Business și Administrare, ASEM</i> <i>Conducător științific: IGNATIUC DIANA, dr., conf. Univ., ASEM</i>	36
COMPETITIVENESS OF LOCAL PRODUCTS COMPETITIVITATEA PRODUSELOR AUTOHTONE <i>GAIDAMPAS IRINA, studentă, anul I, Specialitatea – Economie Generală, ASEM</i> <i>Conducător științific: PATRAȘCU DORINA, lector univ., ASEM</i>	38
PROMOTION TECHNIQUES USED BY THE ECONOMIC UNITS TEHNICI DE PROMOVARE UTILIZATE DE UNITATILE ECONOMICE <i>PAULA COJOCARI, studentă, anul I, Specialitatea – Economie Generală, ASEM</i> <i>Conducător științific: OXANA BARBĂNEAGRĂ, ASEM</i>	39
PREDICTING AND SIMULATING STOCK PRICE IN BUSINES PREZICIREA ȘI SIMULAREA PREȚULUI DE BUNURI ÎN AFACERI <i>SOLTANICI VERONICA, studentă, anul I, Specialitatea – Tehnologia Informației, ASEM</i> <i>Conducător științific: MORARU MARIA, lector univ., ASEM</i>	41
RESEARCHING THE MIGRATION PROCESS: CAUSES AND CONSEQUENCES CERCETAREA PROCESULUI MIGRAȚIONIST: CAUZE ȘI CONSECINȚE <i>BOBU IRAIDA, PANICOV MIHAELA, ASEM</i> <i>Conducător științific: SOLOMATIN ALA, dr., conf. univ., ASEM</i>	44
THE INFLUENCE OF THE ECONOMIC FACTORS ON THE PURCHASING DECISION INFLUENȚA FACTORILOR ECONOMICI ASUPRA DECIZIE DE CUMPĂRARE <i>MOȚPAN MARINA, POPA VANESSA, studente, anul II, Specialitatea – Marketing și Logistică, ASEM</i> <i>Conducător științific: CRISTAFOVICI PROFIRA, dr., conf. univ., ASEM</i>	45

SECȚIUNEA III:

Managementul și sustenabilitatea afacerilor în sec. XXI

ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AMONG BUSINESS AND ADMINISTRATION STUDENTS OF ASEM INTENȚIILE ANTREPRENORIALE ALE STUDENȚILOR FACULTĂȚII DE BUSINESS ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR DIN ASEM <i>CIURARI MIHAELA, studentă, anul II, ASEM</i> <i>Conducător științific: SOLCAN ANGELA, dr., prof. univ., ASEM</i>	48
LEADERSHIP AND DIGITAL GENERATION LEADERSHIP-UL ȘI GENERAȚIA DIGITALĂ <i>ZATÎC IULIANA, studentă, anul I, Specialitatea - Business și Administrare, ASEM</i> <i>Conducător științific: HĂBĂȘESCU MARIANA, ASEM</i>	50

ECONOMIA CIRCULARĂ ȘI RSC – DOI PILONI AI DEZVOLTĂRII DURABILE <i>CĂTĂLINA MELEGA, studentă, anul III, ASEM</i>	52
<i>Conducător științific: LARISA DODU-GUGEA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
REVOLUTION 4.0 AND ITS IMPACT ON INDUSTRIAL ACTIVITIES AND THE SOCIO-ECONOMIC LIFE OF SOCIETY REVOLUȚIA 4.0 ȘI INFLUENȚA EI ASUPRA ACTIVITĂȚII INDUSTRIALE ȘI VIAȚA SOCIAL-ECONOMICĂ A SOCIETĂȚII	55
<i>CAMINSCHI OLGA, studentă, anul II, Specialitatea – Business și Administrare, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: GUȘUVATI ALIONA, lector univ., ASEM</i>	
THE ROLE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE IN LEADERSHIP ROLUL INTELIGENȚEI EMOTIIONALE ÎN LEADRESHIP	57
<i>ROGAI IRINA, studentă, anul I, Specialitatea – Business și Administrare, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: HĂBĂȘESCU MARIANA, ASEM</i>	
LINKED IN <i>BUGAN NICOLETA, studentă, anul I, Specialitatea – Managementul Resurselor Umane, ASEM</i>	59
<i>Conducător științific: GUȘUVATI ALIONA, lector univ., ASEM</i>	
ANTREPRENORIATUL SOCIAL ÎN REPUBLICA MOLDOVA <i>RĂILEANU PARASCOVIA, studentă, anul II, Specialitatea MRU, ASEM</i>	60
<i>Conducător științific: IORDACHE SILVIA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
RISKS AND OPPORTUNITIES OF ONLINE TRADE RISCURILE ȘI OPORTUNITĂȚILE COMERȚULUI ONLINE	62
<i>ROGAI IRINA, ZATÎC IULIANA, studente, anul I, Specialitatea – Business și Administrare, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: PATRAȘCU ION, ASEM</i>	

SECȚIUNEA IV: Tendințele marketingului modern

EVALUAREA RATINGULUI PROMOȚIONAL AL POSTURILOR TV DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN SCOPUL PLANIFICĂRII MEDIA EVALUATION OF THE PROMOTIONAL RATING OF TV POSTS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA FOR THE PURPOSE OF THE MEDIA PLANNING	65
<i>ARNAUT NELEA, PENTELEI MARIA, studente, anul I, Specialitatea – Marketing și Logistică, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: SOLOMATIN ALA, dr., conf.univ., ASEM</i>	
WORLD OF SOCIAL MEDIA AND REPUBLIC OF MOLDOVA SOCIAL MEDIA ÎN LUME ȘI REPUBLICA MOLDOVA	67
<i>CAPȘUNA ELENA, COTRUȚA CRISTINA, studente, anul II, Specialitatea – Marketing și Logistică, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ALA SOLOMATIN, conf. univ, dr., ASEM</i>	
STUDY OF CONSUMER PREFERENCES IN SELECTING RETAIL BUSINESS UNITS. STUDIUL PREFERINȚELOR CONSUMATORILOR ÎN SELECTAREA UNITĂȚILOR COMERCIALE CU AMĂNUNTUL (PRODUSE ALIMENTARE)	69
<i>POSTICA ANDREI, student, anul II, Specialitatea –Marketing și Logistică, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: SAHARNEAN LILIANA, lect. univ., ASEM</i>	
WEATHER MARKETING - A NEW VISION ON PROMOTION WEATHER MARKETING - O VIZIUNE NOUĂ ASUPRA PROMOVĂRII	71
<i>AURELIA RUSU, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ECATERINA ȘIȘCAN, lector univ., ASEM</i>	
NEUROMARKETING: ART. SCIENCE. OPPORTUNITY NEUROMARKETING-UL: ARTĂ. ȘTIINȚĂ. OPORTUNITATE	73
<i>VALERIA TAMAȘCIUC, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: OXANA SAVCIUC, dr., conf. univ., ASEM</i>	
THE IMPLICATION OF CUSTOMER EDUCATION ON CUSTOMER LOYALTY IMPLICAȚIILE EDUCAȚIEI CONSUMATORILOR ASUPRA LOIALIZĂRII CONSUMATORILOR	75
<i>BELIUȚA NICOLETA, DODON NICOLETA, studente, anul II, Specialitatea – Marketing și Logistică, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: REMEȘOVSCI NATALIA, dr., ASEM</i>	

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

TENDINTELE DE DEZVOLTARE A NARKETINGULUI DIGITAL IN REPUBLICA MOLDOVA 77

BABA DUMITRU, student, anul III, Specialitatea – Marketing și Logistică, ASEM

Conducător științific: ȘIȘCAN ECATERINA, lector univ., ASEM

METHOD OF RESEARCHING THE STRADAL PUBLICITY PHENOMENON AND THEIR IMPACT IN URBAN TRANSPORT INFRASTRUCTURE

METODA DE CERCETARE A FENOMENULUI DE PUBLICITATE STRADALĂ ȘI IMPACTULUI ACESTEIA ÎN INFRASTRUCTURA TRANSPORTULUI URBAN 79

ȘAITAN LAURENȚIA, student, ASEM

Conducător științific: VACULOVSCHI ELENA, dr., conf. univ., ASEM

SECȚIUNEA V:

Comerț, Turism și Alimentație publică

OPORTUNITĂȚI DE DEZVOLTARE A TURISMULUI INTERNAȚIONAL ÎN COREEA DE SUD

ZALENSCAIA ALEXANDRA, studentă, anul III, specialitatea: Turism, ASEM 81

Conducător științific: ROMAN LIVANDOVSKI, dr., conf. univ., ASEM

THE IMPACT OF THE INTERNET ON TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

IMPACTUL INTERNETULUI ASUPRA DEZVOLTĂRII TURISMULUI DIN REPUBLICA MOLDOVA 83

BEZUȘCO LANA, studentă, anul III, Specialitatea – Turism, ASEM

Conducător științific: TURCOV ELENA, dr. hab., prof. univ., ASEM

THE TOURIST DESTINATION ADVERTISING VIA SOCIAL NETWORKS

PUBLICITATEA DESTINAȚIEI TURISTICE PRIN REȚELELE DE SOCIALIZERE 85

ANTONI ADRIANA, studentă, anul III, Specialitatea – Turism, ASEM

Conducător științific: BULICAN ADRIAN, dr., conf. univ., ASEM

EVALUAREA CALITĂȚII BRÂNZETURILOR PRELUCRATE COMERCIALIZATE PE PIAȚA DE CONSUM A REPUBLICII MOLDOVA

QUALITY ASSESSMENT OF PROCESSED CHEESES COMMERCIALIZED ON THE CONSUMER MARKET OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA 87

PANAIT CRISTIANA, studentă, anul III, Specialitatea – Merceologie și Comerț, ASEM

Conducător științific: SVETLANA FEDORCIUCOVA, dr., conf. univ., ASEM

ANALIZA COMPARATIVĂ A CALITĂȚII PRODUSELOR COSMETICE, DECORATIVE, PE BAZĂ DE ADIPOCEARĂ (A RUJURILOR DE BUZE), COMERCIALIZATE DE AVON ȘI ORIFLAME / COMPARATIVE ANALYSIS OF THE QUALITY OF COSMETIC, DECORATIVE, BASED ON WAX (OF LIPSTICK) MARKED BY AVON AND ORIFLAME 89

AMBROCI VALERIA, studentă, anul III, ASEM

Conducător științific: CERNAVCA MIHAIL, dr., conf. univ., ASEM

CERCETĂRI PRIVIND OBȚINEREA UNOR PRODUSE DE PANIFICAȚIE CU ADAOS DE FĂINĂ DIN TOPINAMBUR

RESEARCH ON OBTAINING BAKERY PRODUCTS WITH ADDED FLOUR FROM JERUSALEM ARTICHOKE 90

GRAUR LIVIA, studentă, anul IV, Specialitatea – Tehnologia și Managementul Alimentației Publice, ASEM

Conducător științific: PURICI ION, dr., conf. univ., ASEM

CALITATEA DETERGENȚILOR BIODEGRADABILI COMERCIALIZAȚI ÎN REPUBLICA MOLDOVA / THE QUALITY OF BIODEGRADABLE DETERGENTS TRADED IN REPUBLIC OF MOLDOVA

ȚÎMPĂU MIHAELA, RUSNAC NICOLETA, studenți, grupa TAP-171, facultatea BAA, ASEM

Conducători științifici: CALMIȘ VALENTINA, dr., conf. univ., ASEM

PURICI ION, dr., conf. univ., ASEM

92

SECȚIUNEA VI:

Contabilitate, Audit și Analiză Economică

INFLUENCE OF INFORMATION TECHNOLOGIES ON THE ORGANIZATION OF ACCOUNTING.	
INFLUENȚA TEHNOLOGIILOR INFORMAȚIONALE PRIVIND ORGANIZAREA CONTABILITĂȚII.	95
<i>LEAHOVETCHII DMITRII, student, anul II, Specialitatea – Business și Adminsitrare, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ȚURCAN LIUDMILA, lector univ., ASEM</i>	
ABORDĂRI CONTEMPORANE PRIVIND CONTABILITATEA MĂRFURILOR	97
<i>BADIU IOSIF, student, anul III, Specialitatea – Contabilitate, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: NEDERIȚA ALEXANDRU, dr. hab., prof. univ., ASEM</i>	
INCOME TAX ON A PHYSICAL PERSON: TAX AND ACCOUNTING ASPECTS	
IMPOZITUL PE VENITUL AL PERSOANELOR FIZICE: ASPECTE CONTABILE ȘI FISCALE	98
<i>JARDAN ALICA, BAHCIVANJI NICOLAI, studenți, anul II, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ȚURCAN LIUDMILA, lector univ., ASEM</i>	
TRECEREA DE LA SNC LA IFRS. PUNCTE FORTE PENTRU ADOPTAREA IFRS	
SWITCHING FROM SNC TO IFRS. STRENGTHS FOR ADOPTING IFRS	101
<i>MALININ TATIANA, studentă, anul II, Specialitatea – Contabilitate, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: LAZARI LILIANA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
ANALIZA COSTURILOR OPERAȚIUNILOR DE EXPORT ALE ÎNTREPRINDERII	
GURDUZ LUCIANA, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM	103
<i>Conducător științific: NATALIA ȚIRIULNICOVA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
PARTICULARITĂȚILE CONTABILITĂȚII CHELTUIELILOR ȘI VENITURILOR LA GRĂDINILE ZOOLOGICE	105
<i>ACCOUNTING PARTICULARITIES OF EXPENSES AND INCOME IN ZOO</i>	
<i>MALININ TATIANA, studentă, anul II, Specialitatea – Contabilitate, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: CARAMAN STELA, lector univ., ASEM</i>	
ACCOUNTING TREATMENT OF FIXED ASSETS FROM THE PERSPECTIVE OF IAS 16 AND NAS	
TRATAMENTUL CONTABIL AL MIJLOACELOR FIXE DIN PERSPECTIVA IAS 16 ȘI SNC	108
<i>BUSUIOC MARIA, studentă, anul II, Specialitatea – Contabilitate, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: MIHAILA SVETLANA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
AMORTIZAREA FISCALĂ PRIN PRISMA NOILOR REGLEMENTĂRI	
FISCAL SAFETY IN ACCORDANCE WITH THE FOLLOWING REGULATIONS	110
<i>VIOLETA DABIJA, studentă, anul I, Specialitatea – Contabilitate, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: Lilia GRIGOROI, dr., conf. univ., ASEM</i>	
ERA DIGITALĂ ȘI VIITORUL PROFESIEI CONTABILE	
DIGITAL ERA AND THE FUTURE OF ACCOUNTING PROFESSION	112
<i>NICOLAESCU ANA MARIA, studentă, anul I, specialitatea - Contabilitate, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: MUNTEAN NELI, dr., conf. univ., ASEM</i>	
SOME ASPECTS OF THE ORGANIZATION OF MANAGEMENT CONTROL OF INVENTORIES	
IN THE ACTIVITY OF ENTERPRISES	
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ ЗАПАСОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	114
<i>DIMOVA ANNA, studentă, anul III, Specialitatea – Contabilitate, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: GRABAROVSKI LUDMILA, dr., conf. univ., ASEM</i>	

SECȚIUNEA VII:

Jurisprudență națională și europeană

THE PRACTICE OF THE REPUBLICA OF MOLDOVA AND OTHER STATES IN THE PREVENTION OF JUVENILE DELINQUENCY	
PRACTICA REPUBLICII MOLDOVA ȘI A ALTOR STATE ÎN PREVENIREA DELICVENȚEI JUVENILE	117
<i>SIMONOV ALINA, studentă, anul II, Specialitatea – Drept, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: TIGHINEANU ALEXANDRA, dr., lector sup., ASEM</i>	

LEGAL AND ECONOMIC ANALYSIS OF PUBLIC DEBT ANALIZA JURIDICO-ECONOMICĂ A DATORIEI PUBLICE	119
<i>PRAPORȘCIC VALERIA, studentă, anul II, Specialitatea – Drept, ASEM</i> <i>Conducător științific: ARMEANIC ALEXANDRU, dr., conf. univ., ASEM</i>	
CRIMINOLOGICAL PORTRAIT OF THE YOUNG OFFENDER PORTRETUL CRIMINOLOGIC AL TÂNĂRULUI INFRACTOR	120
<i>CIUBARA MIHAELA, studentă, anul II, Specialitatea – Drept, ASEM</i> <i>Conducător științific: CODREANU ALINA, lector univ., ASEM</i>	
ACTIUNEA PAULIANĂ ÎN SISTEMUL DE DREPT AL REPUBLICII MOLDOVA	122
<i>GROSU CARINA, studentă, anul II, specialitatea - Drept, ASEM</i> <i>Conducător științific: MARIA GRĂU-PANȚUREAC, lector univ., ASEM</i>	
CONTROLUL FINANCIAR ÎN REPUBLICA MOLDOVA. PROVOCĂRI ȘI PERSPECTIVE FINANCIAL CONTROL IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA. CHALLENGES AND PERSPECTIVES	124
<i>LIPAI VICTORIA, studentă, anul II, Specialitatea – Drept, ASEM</i> <i>Conducător științific: CODREANU ALINA, lector univ. ASEM</i>	
ASPECTE CRIMINOLOGICE ALE DELICVENȚEI JUVENILE	126
<i>GROSU CARINA, studentă, anul II, specialitatea - Drept, ASEM</i> <i>Conducător științific: ALEXANDRA TIGHINEANU, dr., lector univ., ASEM</i>	
THE SPECIFICS OF THE ORDERLY OF PROTECTION SPECIFICUL ORDONANȚEI DE PROTECȚIE	128
<i>COSTOV FELICIA, studentă, anul III, Specialitatea – Drept, ASEM</i> <i>Conducător științific: BICU ADELINA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
FORMA STATULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA: STAT UNITAR SAU FEDERAȚIE THE FORM OF THE STATE IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: UNITARY STATE OR FEDERATION	130
<i>CAZACLIU LIVIU, student, ASEM</i> <i>Conducător științific: ALINA NEGRU, ASEM</i>	

SECȚIUNEA IX:
Cooperarea și integrarea economică regională:
probleme și perspective

THE EFFECTS OF FOREIGN AID ON POVERTY ERADICATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA EFECTELE ASISTENȚEI STRĂINE ASUPRA ERADICĂRII SĂRĂCIEI ÎN REPUBLICA MOLDOVA	133
<i>MERI CAZACU, studentă, anul III, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i> <i>Conducător științific: RODICA CRUDU, dr., conf. univ., ASEM</i>	
COMPARATIVE ANALYSIS OF THE COMMON AGRICULTURAL POLICY FROM EUROPEAN UNION AND REPUBLIC OF MOLDOVA ANALIZA COMPARATIVĂ A POLITICII AGRICOLE COMUNE EUROPENE ȘI CEA DIN REPUBLICA MOLDOVA	134
<i>PAULA COJOCARI, studentă, anul I, Specialitatea – Economie Generală, ASEM</i> <i>Conducător științific: MARINA POPA, dr., lect. univ., ASEM</i>	
THE SHIFT OF POWER TO EMERGING ECONOMIES ON GLOBAL ARENA	136
<i>DIANA LESNIC, studentă, anul III, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i> <i>Conducător științific: RODICA CRUDU, dr., conf. univ., ASEM</i>	
EU STRATEGIES ON SME DEVELOPMENT STRATEGIILE UE CU PRIVIRE LA DEZVOLTAREA IMM-URIILOR	138
<i>AURELIA RUSU, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i> <i>Conducător științific: NATALIA LOBANOV, dr. hab., prof. univ., ASEM</i>	
THE GROWTH OF ECONOMIC PERFORMANCE THROUGH NATION BRANDING CREȘTEREA PERFORMANȚEI ECONOMICE PRIN INTERMEDIUL NATION BRANDING	140
<i>VALERIA TAMAȘCIUC, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i> <i>Conducător științific: MARINA POPA, dr., lect. univ., ASEM</i>	

LE TRADING. L'INFLUENCE DES ÉVÉNEMENTS MONDIAUX SUR LE PRIX DYNAMIQUE DES INSTRUMENTS MONDIAUX.	
TRADINGUL. INFLUENȚA EVENIMENTELOR MONDIALE ASUPRA DINAMICII PREȚURILOR INSTRUMENTELOR MONDIALE	142
<i>TĂLĂMBUȚĂ DIANA, studentă, anul II, Specialitatea – Econome Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: LARISA DODU-GUGEA, dr., conf., univ., ASEM</i>	
COMPARATIVE ANALYSIS OF THE EXTERNAL TRADE OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA WITH THE EUROPEAN UNION AND EUROASIAN ECONOMIC UNION	
ANALIZA COMPARATIVĂ A COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU UNIUNEA EUROPEANĂ ȘI UNIUNEA ECONOMICĂ EUROASIATICĂ	144
<i>RUSLAN MAHMADBECOV, student, anul I, Specialitatea – Econome Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: RODICA CRUDU, dr., conf. univ., ASEM</i>	
EUROPEAN ECONOMIC INTEGRATION AND ITS IMPACT ON FOREIGN TRADE OF THE WESTERN BALKANS	
POPOVICI ALEXANDRA, studentă, anul III, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM	147
<i>Conducător științific: LARISA DODU-GUGEA, dr., conf., univ., ASEM</i>	
LE RÔLE DES INVESTISSEMENTS DIRECTS ÉTRANGERS DANS LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE DE LA RÉPUBLIQUE DE MOLDOVA	
ROLUL INVESTIȚIILOR STRĂINE DIRECTE ASUPRA CREȘTERII ECONOMICE A REPUBLICII MOLDOVA	150
<i>VLAS DORINA studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: LARISA DODU-GUGEA, dr., conf., univ., ASEM</i>	
THE ROLE OF MODERN SCIENCE AND TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE WORLD AND NATIONAL ECONOMY IN THE POST-INDUSTRIAL SOCIETY	
ROLUL ȘTIINȚEI ȘI TEHNOLOGIILOR MODERNE ÎN DEZVOLTAREA ECONOMIEI MONDIALE ȘI NAȚIONALE ÎN SOCIETATEA POSTINDUSTRIALĂ	171
<i>DIDENCO DANIELA, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: MARINA POPA, dr., lect. univ., ASEM</i>	
REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE NETS OF THE VICIOUS CIRCLE	
REPUBLICA MOLDOVA ÎN MREJELE CERCULUI VICIOS	152
<i>DONI CRISTINA, STEPAN SERGIU, studenți, anul I, Specialitatea – Marketing și Logistică, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: POPA MARINA, dr., lect. univ., ASEM</i>	
BREXIT: UNCIVIL WAR.	
БРЕКЗИТ: НЕЦИВИЛИЗОВАННАЯ ВОЙНА.	154
<i>ARTIOM SAVASTIN, student, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: RODICA CRUDU, dr., conf. univ., ASEM</i>	
THE ROLE OF TRADE RESTRICTION AND TRADE BARRIERS IN THE CONTEMPORARY WORLD ECONOMY	
HÎRBU ANA, studentă, anul I, Specialitatea – Business și Administrare, ASEM	156
<i>Conducător științific: ȘIȘCAN ZORINA, dr. hab., prof. univ., ASEM</i>	
THE SECRETS BEHIND CHINA'S ECONOMIC GIGANTISM	159
SECRETELE DIN SPATELE GIGANTISMULUI ECONOMIC AL CHINEI	
<i>PÎRLICI MAGDALENA, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: MARINA POPA, dr., lect. univ., ASEM</i>	
MIGRATION PROFILES OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND GEORGIA IN COMPARISON	
ANALIZĂ COMPARATIVĂ A PROFILURILOR MIGRAȚIONALE ALE R. MOLDOVA ȘI GEORGIA	161
<i>VALERIA LEMBAS, studentă, anul III, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ELINA BENEĂ-POPUȘOI, dr., conf. univ., ASEM,</i>	
THE EVOLUTION OF FOREIGN TRADE OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SANCTIONS	
DEZVOLTAREA COMERȚULUI REPUBLICII MOLDOVA ÎN CONDIȚIILE APLICĂRII SANCTIUNILOR ECONOMICE	163
<i>EUGENIA BAMBULEAC, studentă, anul III, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: LARISA DODU-GUGEA, dr., conf. univ., ASEM</i>	

SECȚIUNEA X:

Finanțe corporative. Asigurări

FINANȚAREA INTERNĂ ȘI EXTERNĂ A IMM – URILOR INTERNAL AND EXTERNAL FINANCING OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRISES	165
<i>ECATERINA BRAD, studentă, anul III, Specialitatea – Business și Administrare, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: NATALIA BÂNCILA, dr. hab., prof. univ., ASEM</i>	
CURRENT ISSUES OF RISK MANAGEMENT IN INSURANCE PROBLEMELE ACTUALE ALE MANAGEMENTULUI RISCULUI ÎN ASIGURĂRI	167
<i>VLAS DORINA, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: PETROIA ANDREI, dr., conf. univ., ASEM</i>	
NEW TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CORPORATE FINANCE NOILE TENDINȚE ÎN DEZVOLTAREA FINANTELOR ÎNTREPRINDERII	169
<i>Straistă Sanda, Dobrovolschi Alexandrina, studente, anul II, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: EUGENIA BUȘMACHIU, dr., conf. univ., ASEM</i>	

SECȚIUNEA XI:

Finanțe publice și fiscalitate

ANALIZA COMPARATIVĂ A SISTEMULUI DE IMPOZITE ÎN ȚĂRILE MEMBRE ALE UNIUNII EUROPENE THE COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TAX SYSTEM IN THE MEMBER STATES OF THE EUROPEAN UNION	171
<i>ECATERINA BRAD, studentă, anul III, Specialitatea – Business și Administrare, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: Nadejda BERGHE, lect. univ., ASEM</i>	
THE IMPACT OF STATE TAXES ON THE FORMATION OF FISCAL REVENUE OF STATE BUDGET IMPACTUL IMPOZITELOR GENERALE LA FORMAREA VENITURILOR FISCALE ALE BUGETULUI DE STAT	173
<i>CHIPER NATALIA, studentă, anul III, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: BULGAC CORINA, lector univ., ASEM</i>	
THE IMPACT OF INDIRECT TAXES ON THE ECONOMIC GROWTH OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA IMPACTUL IMPOZITELOR INDIRECTE ASUPRA CREȘTERII ECONOMICE A REPUBLICII MOLDOVA	175
<i>VÎRLAN MAGDALENA, studentă, anul III, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: BULGAC CORINA, lector univ., ASEM</i>	
HARMONIZATION OF VAT IN THE EU COUNTRIES: ACHIEVEMENTS AND PERSPECTIVES ARMONIZAREA TVA ÎN ȚĂRILE UE: REALIZĂRI ȘI PERSPECTIVE	177
<i>AURELIA RUSU, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ANDREI PETROIA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
THE EFFECTS OF TAX EVASION UPON THE ECONOMY OF REPUBLIC OF MOLDOVA EFECTELE EVAZIUNII FISCALE ASUPRA ECONOMIEI REPUBLICII MOLDOVA	179
<i>BIVOL CĂTĂLINA, studentă, anul III, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: BERGHE NADEJDA, lect. univ., ASEM</i>	
TAX HAVENS - THE WAY TO CORRUPTION AND POVERTY PARADIS FISCAL – CALEA SPRE CORUPȚIE ȘI SĂRĂCIE	182
<i>VALERIA TAMAȘCIUC, studentă, anul II, Specialitatea – Economie Mondială și REI, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ANDREI PETROIA, dr., conf. univ., ASEM</i>	

SECȚIUNEA XII:
Evoluții pe piețele financiare

THE PERSPECTIVES OF IMPLEMENTING OF MUNICIPAL BONDS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA PERSPECTIVELE IMPLEMENTĂRII OBLIGAȚIUNILOR MUNICIPALE ÎN REPUBLICA MOLDOVA	184
<i>MURZAC ALEXANDRU, student, anul I, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i> <i>Conducător științific: BILOOCAIA SVETLANA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
METHODS OF FORMING AND STRENGTHENING OF CAPITAL IN THE DIGITAL AGE MODALITĂȚI DE FORMARE ȘI CONSOLIDARE A CAPITALULUI ÎN ERA DIGITALĂ	186
<i>CONSTANDOGLO ECATERINA, BAHCIVANJI NICOLAI, studenți, anul II, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i> <i>Conducător științific: ȚURCAN LIUDMILA, lector univ., ASEM</i>	
BITCOIN- MONEDĂ ELECTRONICĂ SAU INSTRUMENT INVESTIȚIONAL BITCOIN - DIGITAL CURRENCY OR INVESTMENT TOOL	188
<i>VARZARI ION, student, anul II, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i> <i>Conducător științific: COCIUG VICTORIA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
CROWDFUNDING AS AN INNOVATIVE TOOL FOR ATTRACTING CAPITAL: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR THE REPUBLIC OF MOLDOVA CROWDFUNDING CA INSTRUMENT INOVATOR DE ATRAGERE A CAPITALULUI: EXPERIENȚA INTERNAȚIONALĂ ȘI PERSPECTIVELE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA	191
<i>MUNTEANU LUDMILA, studentă, anul II, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i> <i>Conducător științific: BILOOCAIA SVETLANA, dr., conf. univ., ASEM</i>	

SECȚIUNEA XIII:
Evoluții în domeniul monedei și creditului

THE BANKING SYSTEM OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND ITS DEVELOPMENT AT THE PRESENT STAGE SISTEMUL BANCAR AL REPUBLICII MOLDOVA ȘI DEZVOLTAREA ACESTUIA ÎN STADIUL ACTUAL	194
<i>POPOVA ANASTASIA, CONSTANDOGLO ECATERINA, studente, anul II, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i> <i>Conducător științific: GOROBET ILINCA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
THE EFFECTS OF COMPETITION IN BANKING SECTOR EFECTELE CONCURENȚEI ÎN SECTORUL BANCAR	196
<i>LUPAȘCU MARCELA, studentă, anul II, Specialitatea – Finanțe și Bănci, ASEM</i> <i>Conducător științific: ANGELA BELOBROV, dr., conf. univ., AESM</i>	

SECȚIUNEA XIV:
Econometrie și statistică economică

STATISTICAL ANALYSIS OF THE PENSION SYSTEM IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE PERIOD 2007 – 2017 ANALIZA STATISTICĂ A SISTEMULUI DE PENSII DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN PERIOADA 2007– 2017	199
<i>GALAJU DANIELA, studentă, anul III, Specialitatea – Statistică și Previziune Economică, ASEM</i> <i>Conducător științific: BRADU MARCEL, dr., conf. univ., ASEM</i>	

SECȚIUNEA XV:

Suportul informatic și metode cantitative în economie

INFORMATION TECHNOLOGY IN THE ACCOUNTING OF INSURANCE	203
TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE CONTABILE ÎN DOMENIUL ASIGURĂRILOR	
<i>VARZARI MARCELA, studentă, anul I, Specialitatea - Drept, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: CAPAȚINA VALENTINA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
APPLICATION OF INFORMATIONAL TECHNOLOGY IN CREATION OF HEALTHY NOURISHMENT	
ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ ЧЕЛОВЕКА	205
<i>STATNIK AUREL, student, anul I, specialitatea - Tehnologii Informaționale, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: CAPAȚINA VALENTINA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
USING OF CRYPTOGRAPHIC TOOLS IN PROGRAMMING LANGUAGES	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРИПТОГРАФИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ЯЗЫКАХ ПРОГРАММИРОВАНИЯ	207
<i>BAZENIUC IVAN, student, anul III, specialitatea - Tehnologii informaționale, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ZGUREANU AURELIU, dr., conf. univ., ASEM</i>	
DIGITAL TRENDS IN ACCOUNTING	
TRENDURI DIGITALE ÎN CONTABILITATE	209
<i>NICOLAESCU ANA MARIA, studentă, anul I, Specialitatea - Contabilitate, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: CAPAȚINA VALENTINA, dr., conf. univ., ASEM</i>	
INFORMATION SUBSYSTEM ON MANAGEMENT OF INTELLIGENT AGRICULTURE SERVICES	
SUBSISTEM INFORMATIONAL PRIVIND GESTIUNEA SERVICIILOR IN AGRICULTURA INTELIGENTA	211
<i>ANA CIORBU, studentă, anul III, Specialitatea – Cibernetică și Informatică Economică, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: ANATOL GODONOAGĂ, dr., conf. univ., ASEM</i>	
WEB-BASED PLATFORM FOR THE INTELLECTUAL COMPETITIONS ADMINISTRATION (Balkan Mathematical Olympiad 2019)	
PLATFORMĂ WEB PENTRU GESTIUNEA COMPETIȚIILOR INTELECTUALE (Olimpiada Balcanică la Matematică 2019)	213
<i>ANDREI SECU, student, anul III, Specialitatea – Tehnologii Informaționale, ASEM</i>	
<i>Conducător științific: BORIS DELIMARSCHI, lector univ., ASEM</i>	

PREZENRĂRI ÎN PLEN

PARTICULARITĂȚILE ALIMENTAȚIEI STUDENȚILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA THE PARTICULARITIES OF STUDENTS ALIMENTATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Autori: Vrabie Sorin, Lupașco Camelia,
Academia de Studii Economice a Moldovei,
e-mail: sondajalimentatie@gmail.com, 079660500

Conducător științific: Tabunșcic Olga, lector univ.,
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Departamentul Comerț, Turism și Alimentație Publică,
olga.tabunscic@gmail.com

Abstract. *The research aims is to analyze the students' eating behavior. The following research methods were used to achieve the goal:*

- 1. design and research method - sampling;*
- 2. method of data research - the questionnaire;*
- 3. method of analysis and interpretation-comparison.*

The sample comprised 850 students aged 18-29 from 4 university centers such as: USMF, USM, ASEM, UTM. Following the interview, 60% of respondents admitted that they were unhealthy. According to the survey data, the factors that negatively influence the respondents' supply are as follows: 73% of students do not have time, 21% of students do not have enough money, and 6% of respondents do not have information about correct nutrition. The study also shows that 27% of students due to non-compliance between 3-4 hour meals are in a constant sense of hunger. Because 29% of students do not eat breakfast, and 17% drink coffee on the go.

The results of the study can serve as an alarm for society in order to promote a rational nutrition among students.

Keywords: *Rational nutrition, students, ASEM, health, university, Moldova.*

JEL Classification: Q18

Alimentația, reprezintă un proces în care se investește cel mai des, iar unii chiar cel mai mult. Alimentația sănătoasă este foarte importantă, deoarece furnizează organismului substanțe nutritive necesare desfășurării activității fiziologice. Dezvoltarea unui regim de alimentație echilibrat la o vârstă mai tânără îmbunătățește performanțele academice și astfel se dezvoltă un mod de viață sănătos.

Organizația Mondială a Sănătății a efectuat un studiu cu scopul de a analiza numărul deceselor cauzate de boli cardiovasculare, având ca factor principal alimentația nerațională. În studiu au fost înregistrate peste 2 milioane de decese într-o perioadă de 24 ani.

Autorii susțin că decesele sunt cauzate de un conținut ridicat de sare în alimente și de consum redus de legume, fructe, nuci și cereale integrale. Printre cele 51 de țări incluse în studiu, Moldova ocupă locul cinci după numărul de decese înregistrate din cauza alimentației neraționale, cu rata de mortalitate de 34,2%. [1]

În funcție de rezultatele studiului realizat de Organizația Mondială a Sănătății ne-am propus să analizăm comportamentul alimentar al studenților, deoarece alimentația incorectă afectează nu doar sănătatea studenților ci și succesul academic.

Cercetarea a fost realizată prin metoda anchetei, care a avut la bază un test cu întrebări privind opiniile, preferințele, interesele și comportamentul în circumstanțe precise.

Majoritatea întrebărilor au avut răspunsuri multiple, la alegere, însă unele au necesitat și completări personale. Selecția lotului s-a făcut aleator, apelând la toți studenții, asigurându-le anonimatul. [2]

Informațiile obținute permit elaborarea concluziilor cu privire la comportamentul alimentar al studenților.

Rezultate obținute:

Eșantionul de studiu a cuprins 850 studenți cu vârsta cuprinsă între 18 și 29 de ani, din 4 centre universitare: USMF 38%, ASEM 24%, USM 23%, UTM 15%.

În urma interviuării 60% respondenți au recunoscut că se alimentează nesănătos. Datele acumulate permit structurarea factorilor care influențează negativ alimentația respondenților după cum urmează: 73% de studenți nu dispun de timp, 21% nu au suficienți bani, 6% nu dispun de informații despre rolul alimentației raționale.

Cercetarea mai demonstrează că:

- numărul de mese servite pe parcursul zilei variază de la una la 4 mese:
1 masă pe zi 2%, 2 mese pe zi 25%, 3 mese pe zi 47% și respectiv 4 sau mai multe mese pe zi 26% de studenți;
- 29% de studenți nu consumă micul dejun iar 17% beau cafea pe nemâncate;
- 16% de studenți consumă fast food regulat;
- 9 % de studenți consumă zilnic mai mult de 200g de produse cu conținut sporit de zahăr;
- 36% consumă mai puțin de 1 litru de apă pe zi.

În baza studiului a fost elaborată diagrama privind consumul zilnic pe grupe de produse.

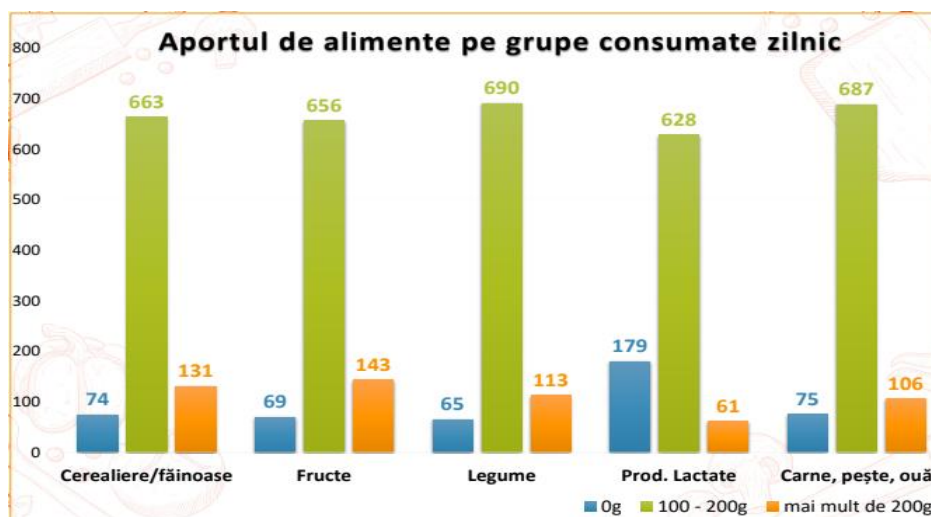


Figura 1. Consumul pe grupe de alimente

Astfel 8% din numărul de studenți intervievați nu consumă fructe, 8% nu consumă legume iar 2 % nu consumă nici fructe nici legume. Deci, se demonstrează că principiile alimentației raționale nu stau la baza alimentației studenților din Republica Moldova.

CONCLUZII:

Studiul a demonstrat că 60% de studenți din instituțiile nominalizate nu se alimentează în conformitate cu principiile raționale. Studenții renunță la mese, în special la micul dejun, datorită lipsei timpului sau neglijării importanței. Se impune continuarea eforturilor în vederea deprinderii de către tineri a obiceiurilor alimentare raționale, factor important în prevenirea bolilor cronice legate de factorul alimentar.

O societate sănătoasă este reprezentată de oameni sănătoși, îndeosebi de tineri sănătoși care sunt viitorul țării.

Bibliografie:

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10654-018-0473-x>
<https://drive.google.com/open?id=1QiWX0RQ2btFhAp-3M8zLSFB1Kg6TgSAbUGt6jHTg6uY>
<https://www.fns.usda.gov/cnpp/center-nutrition-policy-and-promotion>

SECȚIUNI TEMATICE:

II. MASTERANZI

SECȚIUNEA: DEZVOLTAREA REPUBLICII MOLDOVA ÎN NOUL CONTEXT POLITIC, SOCIAL ȘI ECONOMIC, ÎN CERCETĂRILE MASTERANZILOR ASEM

SUBSISTEM INFORMATIC PENTRU PROGRAMAREA ȘI EVIDENȚA PACIENȚILOR

COMPUTER SUBSYSTEM FOR SCHEDULING AND EVIDENCE OF PATIENTS

MAGARI VIORELIA

Academia de Studii Economice a Moldovei, Chișinău,
str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail autor: magari.viorelia@gmail.com

Conducător științific: GODONOAGĂ ANATOL, dr. hab.
Academia de Studii Economice a Moldovei, Chișinău,
str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: anagodon22@gmail.com

Abstract. *One of the most important activity of every medical institution is the scheduling and evidence of patients. Schedules are performed in order to increase the quality of the medical act within the compulsory health insurance system. Therefore, the scope of the theme is to develop a computer subsystem to optimize the activity of the doctors' cabinets, to organize efficiently the time spent by patients in order to schedule and to make an evidence of patients and schedules.*

Key words: *Scheduling, evidence, patients, appointment, work schedule, reports.*

JEL CLASSIFICATION: *O Economic Development, Innovation, Technological Change, and Growth*

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Introducere

Instituțiile medico-sanitare tind să automatizeze toate activitățile laborioase, să reducă din documentație și din timpul pierdut îndeplinind registre și rapoarte. Activitatea de programare și evidență a pacienților reprezintă una din cele mai importante și laborioase activități.

Prin urmare, crearea subsistemului informațional pentru programarea și evidența pacienților este un pas către automatizarea și optimizarea acestei etape și va oferi numeroase beneficii importante precum efectuarea programărilor într-un timp redus cu ajutorul interfeței grafice, efectuarea modificării programărilor, accesarea și modificarea graficilor de muncă a medicilor, generarea rapoartelor statistice necesare.

Obiectivele cercetării reprezintă analiza și definirea esenței economico-organizatorică a problemei de programare și evidență a pacienților și dezvoltarea unui subsistem informatic pentru optimizarea activității de programare a pacienților și evidența vizitelor la medici;

Studiul s-a efectuat în baza datelor Instituției Medico-Sanitare Publice Centrul de Sănătate Căușeni și ulterior, rezultatul cercetării și anume subsistemul informațional pentru programarea și evidență a pacienților (în continuare SI PEP) va fi implementat și folosit în cadrul instituției pentru optimizarea activității de programare a pacienților.

1. Succintă analiză a surselor bibliografice

Toată activitatea managerială a instituției medicale este reglementată de Ordinul Ministerului Sănătății "Cu privire la Asistența Medicală Primară" și de alte legi și hotărâri ale guvernului, ce reprezintă cele mai importante surse bibliografice. Prin urmare, conform surselor [1, p.14], pentru eficientizarea activității instituției, organizarea activităților echipei medicului de familie se efectuează doar în baza de programare, ce este efectuată conform fișei de înregistrare 040/e.

2. Descrierea metodelor de cercetare utilizate

În baza unei observări directe s-a constatat că datele reale de la registratori și datele statistice nu coincid, ce este contrar normativelor și regulamentelor. De asemenea, s-a constatat ineficiența evidenței vizitelor care prin urmare a dus la micșorarea indicilor de performanță a instituției. Prin urmare, s-a demonstrat insuficiența procesului de programare și evidență a pacienților, ceea ce a condus la necesitatea dezvoltării subsistemului informatic SI PEP.

Pentru realizarea tuturor acestor etape s-a folosit cele mai eficiente produse program:

1) Microsoft Visual Studio [3] – reprezintă un mediu de dezvoltare integrat de la Microsoft ce folosește tehnologia .NET Framework și include compilatoare, instrumente de completare a codului, designeri grafici și altele pentru a ușura procesul de dezvoltare a software-ului.

2) SGBD Microsoft Access – reprezintă un program pentru crearea și administrarea unei baze de date relaționale, produs de Microsoft;

3) Microsoft Excel – reprezintă un program de calcul tabelar ce face parte din pachetul Microsoft Office, folosit pentru crearea și editarea foilor de calcul pe bază de celule.

3. Rezultatele obținute

În urma proiectării de ansamblu a subsistemului informatic SI PEP, s-a definit structura sa funcțională, a se vedea, care este alcătuită din:

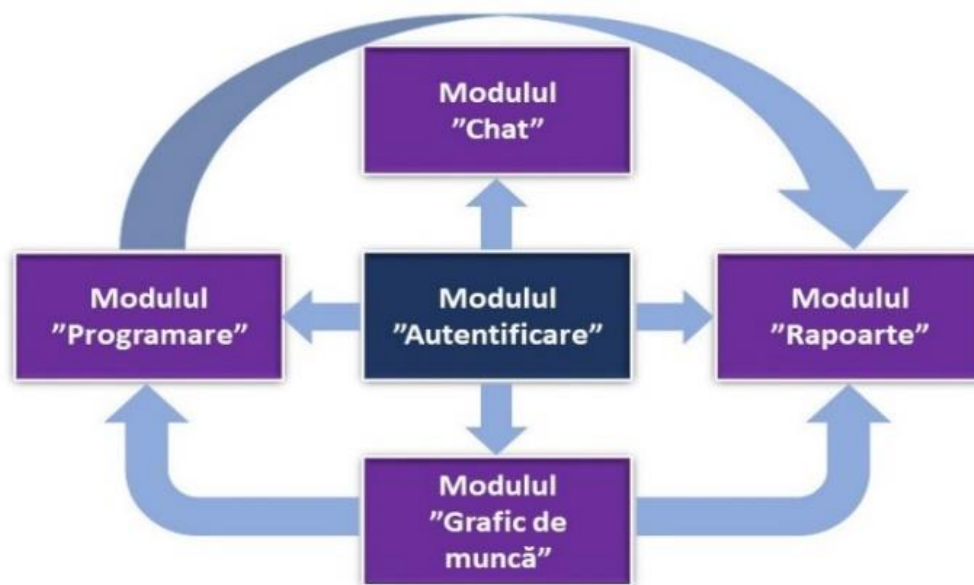


Figura 1. Arhitectura SI PEP

1. Modulul "Autentificare" – reprezintă mediul de legătură, unde fiecare utilizator se autentifică.

2. Modulul "Programare" – reprezintă modulul în care se va efectua înregistrările programărilor pacienților și modificarea lor în caz de apariție a situațiilor speciale și de urgență.

3. Modulul "Grafic de muncă" – reprezintă modulul în care se va putea vizualiza graficele medicilor de familie sub formă de raport și se de asemenea se va putea modifica graficele.

4. Modulul "Rapoarte" – reprezintă modulul în care se vor putea genera toate rapoartele necesare pentru ducerea evidenței pacienților și a vizitelor și pentru efectuarea dărilor de seamă;

5. Modulul "Chat" – reprezintă modulul în care utilizatorii vor avea posibilitatea să comunice și să facă schimb de informații.

Astfel, programările pacienților se efectuează introducând datele personale a pacientului, datele programării pacientului cu ajutorul interfeței grafice a utilizatorului, a se vedea **Error! Reference source not found.** Prin apăsarea butonului "Programează" se verifică corectitudinea datelor introduse și se salvează programarea în baza de date. Ulterior, în cadrul SI PEP se poate efectua modificările programărilor în cazuri speciale și de urgență, vizualizarea și modificarea graficilor de muncă a medicilor.

Figura 2. Efectuarea unei programări

După introducerea datelor și efectuarea programărilor, se pot genera jurnalul de vizite a pacienților unui medic de familie pe o anumită perioadă de timp, a se vedea **Error! Reference source not found.** Un alt raport important este numărul de vizite la medicul de familie, care este însăși Darea de Seamă 1-05/d, ce oferă informații despre volumul acordat de asistență medicală pe o anumită perioadă de timp, a se vedea **Error! Reference source not found.**

Jurnalul vizitelor

IMSP Centrul de Sănătate Căușeni

Jurnalul vizitelor, Diacenco Maria
perioada: 01.04.2019 - 30.04.2019

	Data	Nume, prenume	IDNP	Statut	Data nașterii	Adresa	Diagnostic
	15.04.2019 ...	Covali Igor	200501700...	Asigurat	24.08.1967	str.Alexandr...	
▶	15.04.2019 ...	Florea Cristina	200798599...	Asigurat	21.05.1948	str.Puskin 5	
	15.04.2019 ...	Chiperi Ion	200608900...	Asigurat	09.05.1964	str.Ion necul...	
	15.04.2019 ...	Chiscani Aur...	200907678...	Asigurat	21.03.1963	str. Pascani ...	
	15.04.2019 ...	Onoi Sorin	200678463...	Asigurat	08.05.1980	str.Cogilnice...	
	24.04.2019 ...	Ceban Daniel	200563204...	Asigurat	25.01.2017	str.Puskin 87	Infecție respi...
*							

Figura 3. Jurnalul vizitelor

Formular nr. 1-05/d
aprobat prin ordinul comun MS și CNAM
nr.448/111-A din 23.06.2010

IMSP Centrul de Sănătate Căușeni

DAREA DE SEAMĂ
despre volumul acordat de asistență medicală primară
pentru perioada 01.04.2019 - 30.04.2019

N d/ o	Categoria de persoane	Nr.de vizite persoane asigurate	Nr.de vizite persoane neasigurate	Total
1	2	3	4	5
1	Pentru persoane cu vîrsta de la 0 - pînă la 4 ani 11 luni 29 zile	1	0	1
2	Pentru persoane cu vîrsta de la 5 - pînă la 49 ani 11 luni 29 zile	4	0	4
3	Pentru persoane cu vîrsta de la 50 ani și peste	4	0	4
	TOTAL	9	0	9

Conducătorul IMSP _____

Contabil-șef _____

L.Ș.



Figura 4. Darea de seamă 1-05/d

CONCLUZII.

Prin urmare, după efectuarea acestei cercetări au fost obținute următoarele:

- s-au evidențiat principalele probleme a activității de programare și evidență a pacienților în cadrul IMSP Centrul de Sănătate Căușeni;
- s-a cules și analizat date importante pentru elaborarea subsistemului informatic SI PEP;
- s-a dezvoltat și implementat subsistemul informațional SI PEP conform obiectivelor și cerințelor;
- s-a obținut în final un produs informatic eficient, util și comod de utilizat.

Referințe bibliografice:

1. Ordinul Ministerului Sănătății nr.695 din 13 octombrie 2010 "Cu privire la Asistența Medicală Primară", Chișinău, Monitorul Oficial, 2010, 69 p.
2. Legea Parlamentului Nr.264 din 27.10.2005 "privind exercitarea profesiei de medic", Chișinău, Monitorul Oficial, 2005, 7 p.
3. <https://docs.microsoft.com/en-us/visualstudio/get-started/visual-studio-ide?view=vs-2017> – Microsoft Visual Studio.

I. STUDENȚI (CICLUL I), ELEVI (COLEGIU)

SECȚIUNEA I:

Aspecte și practici pentru o dezvoltare eficientă a economiei naționale

GREEN ECONOMY AS A PERSPECTIVE FOR THE REPUBLIC OF MOLDOVA ECONOMIA VERDE CA PERSPECTIVĂ PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

ȚURCAN OTILIA

ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni, 59

e-mail: otilica99@mail.ru

Dr., conf. univ., SVETLANA STRATAN

ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni, 59

e-mail: catedratpe@gmail.com

Summary. The deplorable state of the environment we live in affects the existence of humanity. According to the World Health Organization, pollution annually kills 7 million people worldwide. For this reason, the development of the green economy is gaining a large amplitude.

This project aims to analyze the ecological problems faced by the Republic of Moldova at the present stage, as well as measures that can improve the state of the environmental components.

Key words: environmental issues, green economy, sustainable development, environment protection

Conceptul de „dezvoltare economică verde” marchează trecerea de la modelul de dezvoltare economică de consum, care tratează protecția mediului drept o povară economică, spre un model care folosește protecția mediului ca una dintre forțele motrice de creștere a economiei.

Economia verde este definită drept o economie care are ca obiectiv reducerea riscurilor de mediu și care optează pentru o dezvoltare economică durabilă, fără a cauza degradarea mediului.

Degradarea mediului aerian

În ultimii 200 ani industrializarea globală a dereglat raportul de gaze necesar pentru echilibrul atmosferic. Arderea cărbunelui și a gazului metan a dus la formarea unor cantități enorme de dioxid de carbon și a altor gaze toxice. Acestea cresc șansele dezvoltării unor afecțiuni cum ar fi bronsite, crize de astm, boli cardiovasculare, cancere pulmonare și ale căilor respiratorii, afecțiuni ale aparatului reproducător. Conform unui studiu realizat de Organizația Mondială a Sănătății, 92% din populația lumii respiră un aer poluat. Mai mult decât atât, la nivel mondial se estimează că 1.3 milioane de persoane mor în fiecare an din cauza poluării aerului.^[7] Mai mult de jumătate dintre decese au fost înregistrate în China și India.

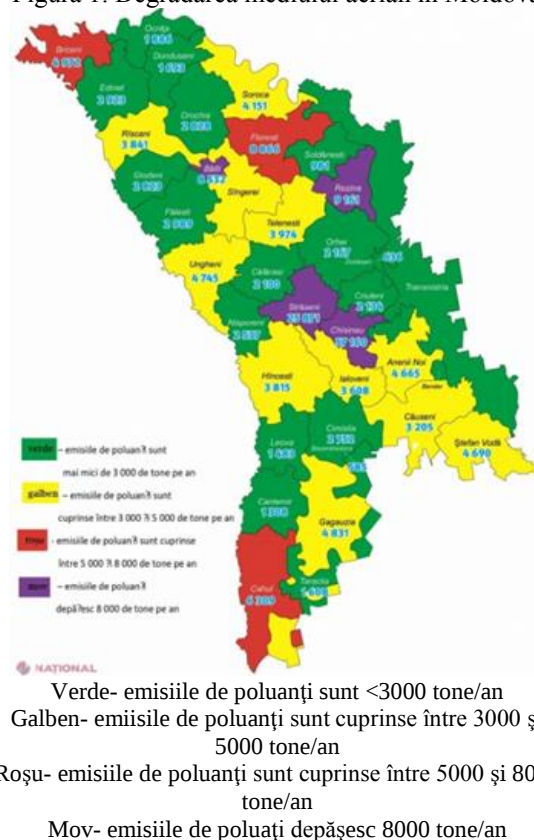
În prezent în Republica Moldova, cel mai poluat aer este în orașe, fiind înregistrați următorii poluanți: Chișinău, Strășeni, Rezina, Bălți, Tiraspol (**Figura 1**).

În prezent, în Moldova sunt înregistrate 5339 de întreprinderi poluatoare, inclusiv 3 centrale termoelectrice. Cele peste 800 mii de mașini înregistrate în republică, multe dintre care sunt învechite, emană anual <180 de mii tone de poluanți.

Degradarea mediului acvatic

Calitatea apei potabile în Moldova are constant un nivel scăzut. Potrivit specialiștilor, circa 61% din apeductele legate de sursele subterane de apă și 84% a apei din fântâni nu corespund normelor sanitare după componența chimică.

Figura 1. Degradarea mediului aerian în Moldova



Astfel, apa conține o cantitate sporită de fluor, sulfat, sulfură de hidrogen și alte elemente chimice.^[8]

Cele mai poluate râuri mici sunt: Bîc, Răut și râul Cogîlnic. Calitatea apei râurile mici corespunde claselor de la III (moderat poluată) până la V (intens poluată).

Apele uzate care se scurg în râuri, constituie sursa principală de poluare a apelor de suprafață. Ele se caracterizează printr-un conținut sporit de bacterii patogene, avînd un potențial epidemiologic mare. O altă sursă care afectează starea apelor de suprafață sînt terenurile agricole, pe care au fost folosite cantități mari de pesticide. Unele, fiind folosite o singură dată, rămîn active chiar și peste zeci de ani, ceea ce înseamnă că orizonturile unde se formează apele freatice mai sunt contaminate cu aceste substanțe deosebit de periculoase pentru mediul acvatic și pentru sănătatea oamenilor.

Gestiunea deșeurilor periculoase

În Republica Moldova doar **10% din deșeurile reciclabile sunt recuperate**, restul 90% sunt transportate la gunoști, fapt care poate genera **riscuri majore de a aduce prejudicii mediului și sănătății populației.**^[9] Într-un singur an, pe teritoriul Moldovei au fost generate 4 mil tone de deșeuri, dintre care doar 600mii au fost utilizate.

În ultimul an au fost cheltuite 111 mil lei prin programul de colectare și distrugere a deșeurilor. Pare o sumă mare, însă reprezintă doar 22% din mijloacele planificate în acest scop.^[7]

În Republica Moldova a fost elaborat **Programul de promovare a economiei verzi pentru anii 2018-2020 și Planul de acțiuni** în scopul implementării acestuia.

Obiectivele și tintele economiei verzi în Republica Moldova

1. Eficiența energetică și resursele regenerabile

Caracteristic pentru energetica Republica Moldova este lipsa resurselor energetice proprii, circa 98% din consumul total fiind acoperit de import. Micșorarea dependenței energetice reprezintă problema-cheie în asigurarea energetică a statului. La etapa actuală, soluția ar fi diversificarea surselor de import, însă pe termen lung sarcina este de a valorifica resursele energetice proprii.

În Republica Moldova dintre toate sursele de energie regenerabilă, biomasa are cel mai mare potențial. Cantitatea anuală de biomasă produsă este estimată de către specialiști la cca 3 mil tone. Circa 48% din importurile de gaze natural ar putea fi reduse de pe contul resurselor de biomasă.

2. Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră

- Transportul trebuie să se orienteze spre mijloace mai puțin poluante;
- Aplicarea restricțiilor la importul automobilelor cu un grad înalt de uzură;
- Industria energetică trebuie să devină mai puțin poluantă trecând de la utilizarea combustibililor alternativi;
- Instalarea dispozitivelor (filtrelor) de purificare a emisiilor;

3. Reciclarea deșeurilor

- Introducerea sistemelor de colectare separată a hârtiei, sticlei, metalelor și maselor plastice;
- Tratarea biologică a deșeurilor.

4. Agricultură ecologică

Strategia de mediu 2014-2024 prevede: majorarea cotei agriculturii ecologice până la 10% în 2020.

5. Silvicultură și ariile naturale protejate de stat

Extinderea suprafețelor de păduri până la 15%, a ariilor protejate de stat până la 8% din teritoriul țării.

6. Educația ECOLOGICĂ, informarea și constientizarea publicului

Beneficiile economiei verzi

- dezvoltare economică în armonie cu mediul;
- locuri noi de muncă verzi și reducerea ratei sărăciei;
- facilitarea serviciilor și mărfurilor mai prietenoase mediului, eficiente energetic etc.;
- îmbunătățirea stării componentelor mediului (ape de suprafață, aer, sol);
- dezvoltarea unei societăți moderne.

Politica Uniunii Europene în domeniul economiei verzi

În 2016, în UE ponderea surselor de energie regenerabile în consumul final brut de energie s-a ridicat la 17,0%. Având peste jumătate din consumul final brut de energie (53,9 %) reprezentată de SER, Suedia a înregistrat în 2016 cea mai mare pondere în rândul statelor membre ale UE, plasându-se înaintea Finlandei, a Letoniei, a Austriei și a Danemarcei. La capătul opus, cele mai scăzute proporții ale surselor regenerabile de energie au fost înregistrate în Luxemburg (5,4 %), Malta, Belgia și Regatul Unit.

CONCLUZII

În Republica Moldova, dezvoltarea economiei verzi este o necesitate din cauza dependenței de importul de resurse energetice, a deșeurilor și a poluării. Avem proiecte finanțate și acorduri în domeniul Ecologiei, însă starea mediului este în continuare deplorabilă în țară. Moldova produce anual în jur de 800 mii tone de deșeuri, cantitatea resturilor fiind în continuă creștere. Deosebit de acută este problema râului Bîc. Apa acestuia este poluată în continuare prin deversarea deșeurilor de la întreprinderile industriale, benzinării, spălătorii auto, iar malurile sînt pline de gunoi. Nesoluționarea tuturor problemelor de mediu se rezumă la lipsa de bani. Însă în unele țări, insuficiența finanțării este compensată de înăsprirea controlului asupra infracțiunilor cu caracter ecologic. Și aceste măsuri dau roade.

În final, lucrurile sunt destul de simple. Cărbunile se va termina, la fel și gazul și petrolul. Este cazul să luăm atitudine. Iar economia verde este primul pas. Da, poate investiția inițială va fi mare, însă să nu uităm celebrul proverb: „Suntem prea săraci ca să ne permitem lucruri ieftine”.

Referințe bibliografice:

1. „Economia verde în Republica Moldova: perspective de dezvoltare”, editura AO EcoContact, 2017.
2. „Probleme ecologice și geografice în contextul dezvoltării durabile a Republicii Moldova: realizări și perspective”, Chișinău 2016.
3. „Surse de energie regenerabilă”, Chișinău 2014.
4. www.mei.gov.md
5. www.biomasa.md
6. www.eco.vox.md
7. <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/sanatate/aerul-care-ne-ucide-ce-afectiuni-risca-locuitorii-oraselor-879156>
8. https://noi.md/md/news_id/20082
9. <https://diez.md/2017/06/22/studiu-grafic-starea-deseurilor-in-moldova-doar-10-din-gunoiul-reciclat-ajunge-a-fi-recuperat-restul-este-transportat-la-gunoistile-comune/>

RENEWABLE ENERGY- SOLUTION FOR THE REPUBLIC OF MOLDOVA ENERGIA REGENERABILĂ - SOLUȚIE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

Autor: Cristina DERMINJI, gr. EG-161,
cristina.derminji@mail.ru, 078998028.

Coordonator: Dorina PATRAȘCU, lect. univ.
Academia de Studii Economice a Moldovei (ASEM),
Republica Moldova, mun. Chișinău, MD-2005,
str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 61.

Abstract: *In the last two centuries, but especially in recent decades, the phenomenon of global warming is becoming more and more pronounced. It determines and will cause elevation of sea level, climatic extremes, melting of glaciers, extinction of numerous species and changes in human health.*

There are many solutions to minimize the impact of global warming, such as encouraging a shift to a low-carbon economy and efficient energy consumption. So the purpose of this work is promoting the sustainable development of the national economy by encouraging the capitalization of the national renewable potential, identifying the benefits of renewable energy and analyzing the field of renewable energy at both national and international level.

Key-words: *Renewable energy, electricity, heat, sustainable development*

În ultimele două secole, dar mai ales în ultimele decenii se constată tot mai pronunțat fenomenul încălzirii globale. El determină și va determina ridicarea nivelului mării, extreme climatice, topirea ghețarilor, extincția a numeroase specii și schimbări privind sănătatea oamenilor.

Există numeroase soluții pentru a minimiza impactul încălzirii globale, precum încurajarea trecerii la o economie cu emisii reduse de carbon și consumul eficient de energie.

Prin urmare în continuare vom analiza avantajele energiei eoliene și energiei solare.

- ✓ Emisia zero de substanțe poluante și gaze cu efect de seră.
- ✓ Nu se produc deșeuri.
- ✓ Costuri reduse pe unitate de energie produsă.
- ✓ Costuri reduse de scoatere din funcțiune. Spre deosebire de centralele nucleare, de exemplu, unde costurile de scoatere din funcțiune pot fi de câteva ori mai mari decât costurile centralei, în cazul generatoarelor eoliene, costurile de scoatere din funcțiune, la capătul perioadei normale de funcționare, sunt minime, acestea putând fi integral reciclate. [4]

Avantajele energiei solare:

- ✓ **Ajută la încetinirea/ oprirea încălzirii globale.**
- ✓ **Vă ajută să economisiți bani.**
- ✓ **Este o sursă extrem de rentabilă.** Soarele răsare și apune în fiecare zi.
- ✓ **Oferă securitate energetică.** Cel mai mare avantaj este că nimeni nu va avea dreptul să pună o „taxă” pe soare.
- ✓ **Oferă independență energetică.** Din nou, „combustibilul” panourilor solare nu poate fi cumpărat sau monopolizat. Este gratuit și oricine se poate bucura de el.
- ✓ **Creează locuri de muncă.** Banii investiți în energia solară creează de două-trei ori mai multe locuri de muncă decât cei investiți în cărbune sau gaz natural. [5]

Conform ultimelor date statistice disponibile la moment (2016), Republica Moldova a depășit obiectivul global stabilit pentru anul 2020, sumând o pondere a energiei din surse regenerabile în consumul final brut de energie de peste 26%, față de ținta globală de 17%. Însă, la capitolul ponderii consumului final de energie electrică din surse regenerabile în consumul final brut de energie electrică (CFBEE) se atestă realizări mai modeste, unde sunt atinse, conform graficelor prezentate mai jos, doar 2,1% dintr-un minim de 10%, planificate către anul 2020. [1]

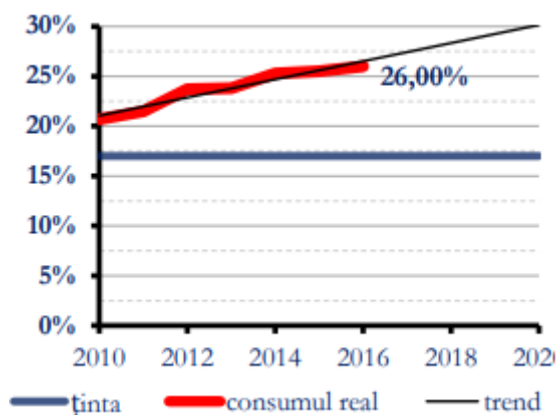


Figura 1. Pondere SER în CFBE
Sursa: www.gov.md

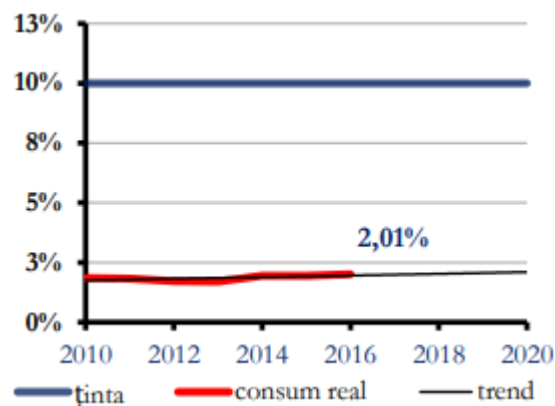


Figura 2. Pondere E-ESR în CFBEE
Sursa: www.gov.md

Energia electrică produsă din biogaz deține cea mai mare pondere în cantitatea totală de energie electrică, produsă din SRE în anul 2017 (71.5 % din cantitatea totală de energie electrică produsă din surse regenerabile) urmată de energia electrică produsă din energie eoliană (23.4 %) și, respectiv, energia electrică produsă din energie solară (5 %).

Până la finele anului 2017, ANRE a aprobat tarife pentru energia electrică produsă din surse regenerabile de centralele electrice pentru 44 producători, care dețin centrale electrice cu capacitatea totală cumulată de 17.2144 MW. [2]

Iată principalele concluzii ale raportului publicat recent de IRENA:

- costurile de producție pentru bioenergie, hidroenergie și energie geotermală au fost în unele cazuri mai mici decât costurile de producție ale energiei obținute din combustibili fosili; în

2017, costul mediu al electricității obținute în hidrocentrale a fost de 0.05 dolari/kWh, energia eoliană produsă onshore a costat 0.06 dolari/kWh, iar în cazul bioenergiei sau energiei geotermale, s-a ajuns la un cost de 0.07 dolari/kWh;

- evoluția costurilor de producție în cazul energiei fotovoltaice este remarcabilă; potrivit raportului, din 2010 și până în prezent, s-a înregistrat o scădere de 73%; astfel, prețul mediu al energiei fotovoltaice a ajuns în 2017 la 0.10 dolari/ kWh;
- Astfel, potrivit experților IRENA, în următoarea perioadă, energia eoliană produsă offshore s-ar putea ieftini cu 14%, cea produsă onshore – cu 21%, energia centralelor solare – cu 30%, iar cea obținută cu panouri fotovoltaice – cu 35%. [3]

Având în vedere cele menționate, pentru Republica Moldova avantajele valorificării SER sunt următoarele: contribuția esențială a SER pentru atingerea obiectivului de durabilitate a dezvoltării sectorului energetic și economiei naționale în general; reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, contribuind, în mod esențial, la dezvoltarea economiei verde și producerii mai pure; reducerea necesității de utilizare a apei pentru răcirea blocurilor de generare a energiei electrice și termice și contribuția la diversificarea ofertei de energie și utilizarea mai eficientă a resurselor.

BIBLIOGRAFIE:

1. Notă informativă la proiectul Hotărârii Guvernului cu privire la aprobarea limitelor de capacitate, cotelor maxime și categoriilor de capacitate în domeniul energiei electrice din surse regenerabile până în anul 2020. Disponibil: https://gov.md/sites/default/files/document/attachments/intr05_169.pdf [accesat 04.05.2019]
2. Raport privind activitatea Agenției Naționale pentru Reglementare în Energetică în anul 2017. Disponibil: <http://anre.md/files/rapoarte%20anuale%20ANRE/Raport%20anual%20de%20activitate%20a%20ANRE%20in%20anul%202017.pdf> [accesat 04.05.2019]
3. Breniuc I. Raport IRENA: Energia regenerabilă, în curând mai ieftină decât cea pe bază de combustibili fosili. Disponibil: <https://www.green-report.ro/energie-regenerabila-ieftina/> [accesat 04.05.2019]
4. <http://www.greensource.ro/avantaje&dezavantaje.html>
5. <https://www.amber.md/ru/blog/energie-pentru-viitor/>

IMPACTUL INTEGRĂRII ÎN CÂMPUL MUNCII ASUPRA DEZVOLTĂRII ECONOMIEI NAȚIONALE THE IMPACT OF LABOR INTEGRATION ON THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

Evelina IACOBACHE, studentă, Facultatea de Economie, Inginerie și Științe Aplicate
Universitatea de Stat “B.P. Hasdeu”, Cahul

Conducător științific: Liudmila ROȘCA-SADURSCHI, dr., conf.univ.

Abstract: *A country's economic development is determined by several factors, one of them being human capital. By analyzing the demographic situation in the Republic of Moldova, it was found that there is the phenomenon of demographic aging, as a result of the increase of the number of old-aged people each year. In the Republic of Moldova, the employment rate of people aged 55-64 is low compared to developed countries. The purpose of this research is to demonstrate that the integration of old-aged people into the workforce will have a positive impact on the development of the national economy.*

Key words: *Economic development, employment, work productivity, growth rate.*

Una dintre principalele preocupări ale politicii economice a oricărei țări, constă în asigurarea dezvoltării economiei naționale și menținerea ritmului de creștere a acesteia. Conform Strategiei Naționale de Dezvoltare Moldova 2020 dezvoltarea economică, se bazează pe trei factori – acumularea de capital, forța de muncă și gradul de productivitate al acestora. Un factor important ar fi capitalul uman, și anume capitalul uman cu o productivitate sporită și pregătire profesională, care este ocupat în diferite

sectoare. Ca urmare, scopul principal al acestei cercetări constă în determinarea impactului ocupării forței de muncă asupra dezvoltării economiei, reflectând situația din Republica Moldova. Obiectivele cercetării sunt: Analiza teoriilor privind importanța ocupării forței de muncă; Determinarea interdependenței dintre nivelul de ocupare și dezvoltarea economică; Analiza situației privind rata de ocupare în Republica Moldova și în țările dezvoltate.

Ocuparea forței de muncă, fiind una dintre cele mai importante probleme socio-economice a fost întotdeauna în centrul diverselor cercetări care au oferit interpretări diferite privind mecanismul de funcționare a pieții muncii, problemelor legate de ocupare și dezvoltare economică. În cercetarea sa Balashova O.J. a menționat: "Ocuparea forței de muncă fără îndoială poate fi considerat unul dintre factorii cei mai importanți ai creșterii productivității, care are un impact direct asupra ritmului economic, creșterii economice în țară și în sectoarele individuale ale economiei" [1,p.94]. De aici concluzionăm că cu cât rata de activitate și ocupare a forței de muncă este mai mare, cu atât va spori economia țării.

În cadrul populației active din punct de vedere economic se includ toate persoanele de 15 ani și peste, care furnizează forță de muncă disponibilă pentru producția de bunuri și servicii în timpul perioadei de referință, incluzând populația ocupată și șomerii.[2].

Pentru a analiza situația Republicii Moldova privind participarea la activitatea economică, a fost elaborat Tabel 1.

Tabel 1. Populația de 15 ani și peste după participarea la activitatea economică, pe grupe de vârstă în anul 2017

Grupe de vârstă, ani	Persoane active, mii persoane			Rata de ocupare, %
	Total	Ocupate	Șomeri BIM	
15-24	90,5	79,8	10,7	17,2
25-34	318,4	302,1	16,2	44,8
35-44	314,2	301,9	12,4	57,4
45-54	275,6	267,9	7,7	59,4
55-64	214,2	209,7	4,5	44,3
Peste 65	46,2	46,1	0,0	11,6
Total	1259,1	1207,5	51,6	

Sursă: Preluat de autor în baza datelor Biroului Național de Statistică, *Forța de muncă în Republica Moldova: ocupare și șomaj*.

În baza datelor acestui tabel observăm că cele mai joase rate de ocupare se regăsesc în grupele de vârstă 15-24 și peste 65, inclusiv 55-64 ani. Populația ocupată cuprinde toate persoanele de 15 ani și peste care au desfășurat o activitate economică în scopul obținerii unor venituri sub formă de salarii, plată în natură sau alte beneficii. Ca urmare, concluzionăm că persoanele în vârstă și tinerii sunt acele categorii de persoane ce au cele mai mici venituri și posibilități de angajare.

Analizând situația demografică din Republica Moldova am constatat că aceasta se confruntă cu fenomenul îmbătrânirii demografice, ce se manifestă prin creșterea relativă a numărului populației cu vârsta de peste 60 de ani în totalul populației țării.[3] Una din cauzele principale a acestui fenomen este rata înaltă de emigrație. Migrația amplifică procesul de îmbătrânire a populației țării, deoarece în migrație participă preponderent persoanele tinere, în vârstă aptă de muncă.[4]. În urma influenței acestor factori, se așteaptă că populația Republicii Moldova se va micșora, iar proporția vârstnicilor se va mări. Ca urmare a acestor schimbări Moldova ar putea să beneficieze de un dividend demografic. Analizând literatura de specialitate, putem observa că dividendul demografic este acel "potențial de creștere economică ca rezultat al schimbărilor în structura de vârste a populației"[5,p.6]. Pentru a demonstra faptul că incluziunea persoanelor în vârstă are un impact asupra dezvoltării economice a unei țări vom realiza analiza comparativă a gradului de ocupare a vârstnicilor în țările dezvoltate, reprezentată grafic în Fig.1.

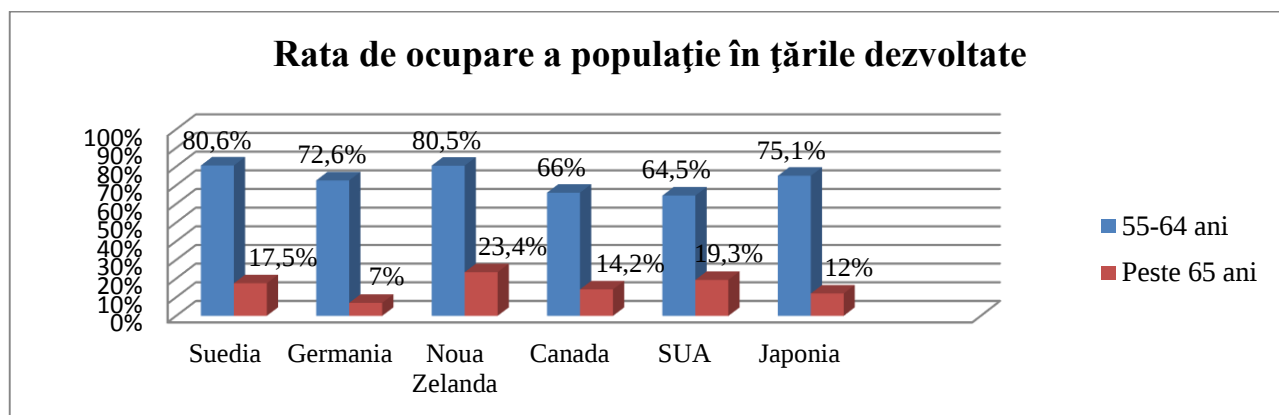


Fig.1. Analiza comparativă a ratei de ocupare a persoanelor cu categoriile de vârstă 55-64, peste 65 în țările dezvoltate pentru anul 2017

Sursă: Elaborat de autor în baza datelor Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică,
<https://data.oecd.org/emp/labour-force-participation-rate.html>

În baza datelor din Fig.1. observăm că gradul de ocupare a persoanelor vârstnice în țările dezvoltate înregistrează valori înalte. Unele din țări analizate înregistrează un procentaj dublu mai mare, comparativ cu Republica Moldova, cum ar fi Suedia. De aici concluzionăm că integrarea în câmpul muncii a persoanelor cu vârstă înaintată este unul dintre factorii ce asigură dezvoltarea economică a țării.

În urma cercetărilor realizate putem constata că capitalul uman este unul din factorii ce asigură dezvoltarea economică a unei țări. Situația demografică în Republica Moldova denotă faptul că în țara este prezent fenomenul îmbătrânirii demografice, iar rata de ocupare a vârstnicilor este una joasă, comparativ cu alte țări dezvoltate. Din aceste considerente, autorul propune ca politicile statului privind ocuparea forței de muncă să fie orientate spre persoanele cu vârsta 60+. Deși populația țării îmbătrânește, Republica Moldova trebuie să tindă spre o îmbătrânire productivă prin incluziunea persoanelor în vârstă în câmpul muncii. Promovarea ocupării forței de muncă a persoanelor vârstnice, trebuie să fie abordată ca fiind principala provocare de pe piața forței de muncă din Republica Moldova: stimularea creării locurilor de muncă.

BIBLIOGRAFIE

1. Konovalova M.E., Balashova O.J., Assessment of economic growth and its dependence on population employment, №4, 2013, p 94.
2. Ancheta Forței de muncă, www.statistica.md/public/files/Metadate/AFM.pdf
3. Olga Poalelungi, Îmbătrânirea populației în Republica Moldova: consecințe economice și sociale, Cercetare la nivel național, Chișinău 2012.
4. Compendiul Statistic al Profilului Migrațional Extins al Republicii Moldova pentru anii 2014-2016, http://bma.gov.md/sites/default/files/media/cs_pme_2017.pdf
5. Raport nr.112339-MD, GRUPUL BĂNCII MONDIALE, Abordarea securității economice a persoanelor vârstnice în Moldova prin prisma drepturilor omului, pag. 6, 2017.

SALARIES AND LABOR MARKET IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA SALARIILE ȘI PIAȚA MUNCII ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Dr., conf. univ., ALIONA BALAN
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni, 59
e-mail: balan_aliona@yahoo.com

ȚURCAN OTILIA
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni, 59
e-mail: otilica99@mail.ru

Summary. The problem of employment is now considered one of the most difficult issues. The employment rate in Moldova (39.6%) is much lower than in EU member states (65%), which shows that both the functioning of the labor market and the quality of economic growth in recent years have proved ineffective.

This project aims at analyzing the situation on the labor market in the country, the causes that contribute to the continuous decrease of the occupational indicators, as well as proposing measures to improve the existing situation.

Key words: labor force, unemployment, migration, medium salary.

Timpe de două decenii, de când Republica Moldova a pus bazele unei economii independente, problema ocupării forței de muncă este considerată una dintre cele mai dificile probleme.

Există o serie de probleme care afectează funcționarea pieței muncii în Republica Moldova și care se cer a fi soluționate, iar printre acestea ar fi:

- numărul mare de locuri de muncă cu productivitate joasă și nivel de salarizare redus;
- mecanisme de stabilire a salariilor insuficient dezvoltate pentru a reflecta corespunzător productivitatea și nivelul de calificare;
- șomajul înalt în rândul tinerilor;
- nivelul ridicat al șomajului de lungă durată;
- lipsa unui sistem adecvat de monitorizare și prognoze ale pieței forței de muncă etc.

Analizând evoluțiile de pe piața muncii din Republica Moldova din ultimii ani se observă o reducere continuă a principalilor indicatori ocupaționali (**figura 1**). Aceste modificări trebuie privite drept un semnal convingător privind vulnerabilitatea economiei naționale, astfel încât statul nu este în stare să asigure rezolvarea problemelor majore ale societății, precum: un loc de muncă care ar asigura un trai decent, siguranța în ziua de mâine, protecție socială în caz de incapacitate de muncă.

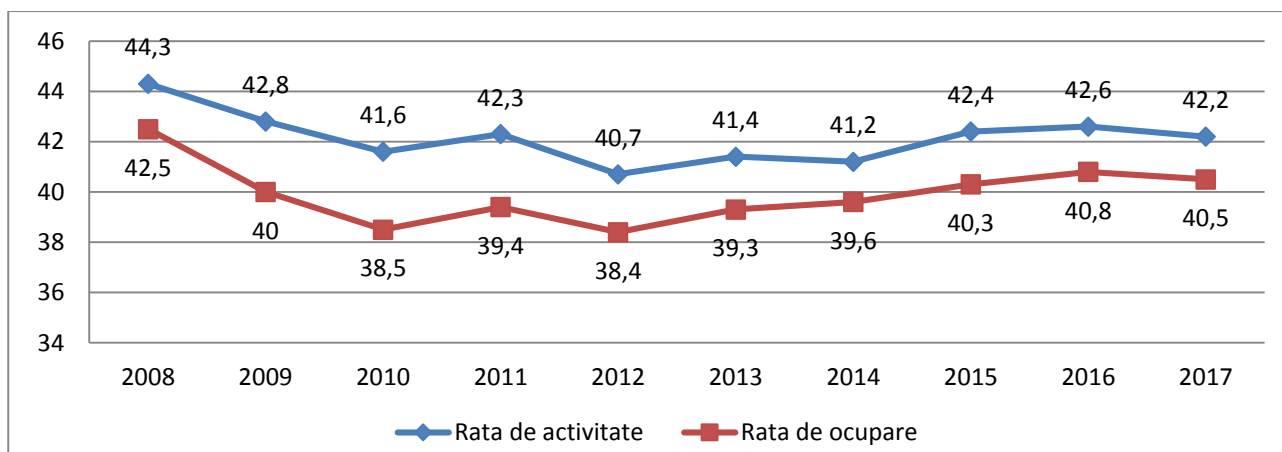


Figura 1. Evoluția ratelor de activitate și ocupare

Sursa: www.statistica.md

Somajul

La prima vedere, analizând evoluția șomajului din Republica Moldova, se poate constata faptul că situația din domeniul ocupării este destul de favorabilă (**figura 2**). O analiză mai aprofundată arată

că din cauza salariilor mici, populația nu este motivată să fie prezentă pe piața muncii, preferând să emigreze în căutarea unui venit mai sigur. În anul 2017, rata șomajului, la nivel de țară a înregistrat valoarea 4,1%.

Șomajul a afectat într-o proporție mai mare bărbații- 59,9%, persoanele din mediul urban- 64,7% și pe cei cu vârsta cuprinsă între 15 și 29 ani- 36%.

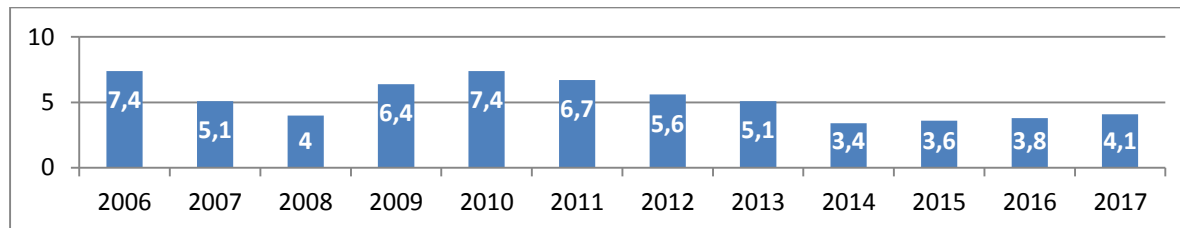


Figura 2. Rata șomajului în Republica Moldova

Sursa: www.statistica.md

Migrația. Influența migrației asupra pieței muncii.

Din 1998, migrația internațională de muncă s-a intensificat, astfel încât, în prezent, peste hotarele republicii se află circa o treime din potențialul uman al țării. Ancheta Forței de Muncă a înregistrat pentru anul 2017 un număr de 764 mii persoane plecate peste hotare.

Statul beneficiază dublu de pe urma moldovenilor care muncesc în afară. Potrivit estimărilor FMI, volumul total al remitențelor în anul 2017 a constituit cca 1,2 mlrd USD. Veniturile transferate de muncitorii emigranți în 2016 au echivalat cu 30% din PIB. Transferurile au implicații fundamentale asupra creșterii economice, și anume: finanțează partial deficitul bugetar, reduc dependența guvernului de împrumuturile condiționate, oferindu-i o anumită marjă de independență în politica macroeconomică. Efectele negative ale emigrației asupra pieței locale a forței de muncă provin în principal din reducerea cantitativă a forței de muncă disponibilă din țară.

Salariul

Unul din factorii decisivi care determină structura ocupațională este nivelul salariilor. În prezent, cu toate că veniturile lunare au înregistrat o anumită creștere, Republica Moldova se caracterizează prin cel mai mic nivel al salariilor, comparativ cu alte țări aflate în tranziție. Totodată, relevanța indicatorului „salariul mediu” este redusă din cauza polarizării regional-economice. În 2017 salariul mediu plătit în Chișinău depășea cu 40% salariul mediu plătit în țară. Zone cu totul defavorizate din punct de vedere a veniturilor salariale sunt raioanele Telenești, Râșcani, Leova, Șoldănești și Briceni, unde salariul plătit este sub 60% din media națională

Este posibil să asistăm la creșteri importante ale salariilor, poate și peste prognozele oficiale datorită proximității Republicii Moldova față de UE. Esențial este ca aceste creșteri de salarii să fie în pas cu avansurile de productivitate din economie. Altfel, ele se vor traduce în deficite externe sau în creșterea inflației.

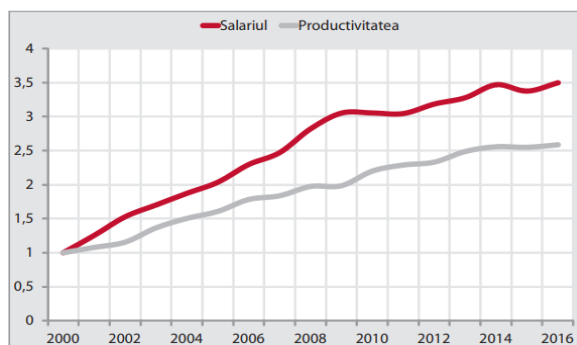


Figura 3. Indicii salariului mediu pe economie și ai productivității muncii în Republica Moldova (2000=1)

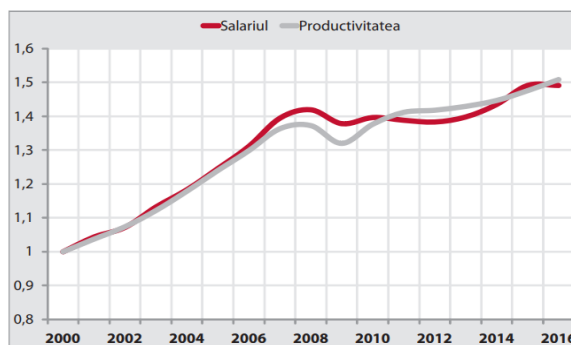


Figura 4. Indicii salariului mediu pe economie și ai productivității muncii în țările Europei Centrale și de Est

Recomandări de politici

- Promovarea unor politici economice capabile să creeze locuri de muncă competitive;
- Eficientizarea măsurilor de integrare pe piața muncii a persoanelor cu dizabilități;
- Elaborarea anumitor măsuri de politici axate pe integrarea migranților pe piața muncii;
- Susținerea businessului mic și diversificarea domeniilor de activitate în mediul rural;
- Elaborarea și implementarea unui sistem eficient de educație și formare continuă;
- Încurajarea responsabilității corporative în scopul dezvoltării companiilor și pentru conștientizarea populației cu privire la necesitatea formării profesionale continue.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. „Evoluții, tendințe și pronosticuri referitoare la piața muncii din Republica Moldova în apropierea acestora de standardele UE”, Dr. Iurie Gotișan; Expert-Grup, 2007.
2. „Impactul politicilor de ocupare a forței de muncă asupra situației pieței muncii din Republica Moldova”, Dorin Vaculovschi, Laborator sociometric 2015.
3. „Analiza pieței forței de muncă din Republica Moldova în condițiile de criză”, Valentina Postolachi.
4. Anuarele statistice ale Republicii Moldova 2014-2018.
5. <http://www.statistica.md/>

SECȚIUNEA II: ***Aspecte teoretice și practice ale activității unităților economice***

JOINT BUSINESS DEVELOPMENT TENDENCIES IN THE MOLDOVAN ECONOMY THROUGH THE INTENSIFICATION CONDITIONS OF INTEGRATION PROCESSES.

TENDINȚELE DE DEZVOLTARE A ÎNTERPRINDERILOR MIXTE ÎN ECONOMIA REPUBLICII MOLDOVA PRIN PRISMA INTENSIFICĂRII PROCESELOR DE INTEGRARE.

Conducător științific: dr., conf. univ., IGNATIUC DIANA,
Academia de Studii Economice a Moldovei (ASEM),
Republica Moldova, mun. Chișinău, MD-2005,
str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni, 61

Autorul: studentă, anul I, gr. MKL-183 CEALA ARINA
Academia de Studii Economice a Moldovei (ASEM), Republica Moldova,
mun. Chișinău, MD-2005, str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni, 61
e-mail: arinocika99@mail.ru

Abstract. *Joint venture is a form of a country's participation in the international division of labor by creating an enterprise on the basis of jointly contributed property by participants from different countries, joint management, joint distribution of profits and risks. It is a form of joint business in the field of international economic relations.*

Key-words: *joint business, world economy, integration process, technology, foreign capital, development.*

JEL Classification: *L24 Contracting Out • Joint Ventures • Technology Licensing*

Ускорение темпов развития экономики зависит от множества факторов, к числу которых относятся повышение технического и технологического уровней производства и систематическое внедрение современных методов управления. Мировая практика показывает, что одним из путей достижения этих задач, является эффективное функционирование совместного предпринимательства. Формирование и развитие совместного предпринимательства представляет собой двуединую задачу: с одной стороны - иностранный партнер желает получить возможность использования дешевой рабочей силы, максимально приблизиться к источникам сырья, войти в рынок, где ощущается неконкурентная среда, все, что при прочих равных условиях обеспечит ему сверхприбыли; с другой стороны - страна, где размещается иностранный капитал, желает получить возможность привлечения финансовых средств для внедрения новейшей техники и технологии в производство, освоения и внедрения современных методов управления, возможность выхода на мировой рынок, совершенствования знаний и навыков кадров различного уровня, содействуя тем самым приближению уровня благосостояния народа к мировым стандартам.

Решение этой двуединой задачи, требует создания законодательной и нормативной баз, позволяющих решить вопросы, возникающие в процессе сотрудничества, а также гармонично соответствующих целям и задачам экономики. В Республике Молдова созданы условия, позволяющие эффективно развивать совместное предпринимательство в различных отраслях народного хозяйства. В перспективе развитие приоритетных направлений в предпринимательской деятельности должно происходить с учетом основных направлений развития национального хозяйства в аспекте возрождения производственного, прежде всего промышленного, сектора экономики Республики Молдова. А в достижениях отмеченного, немаловажное определяющее значение имеет фактор наличия капитала, финансов. Выгодное

вложение капитала в ту или иную сферу определяет степень прибыльности предпринимательского дела.

Достигнутая стабильность в обществе, политическая стабильность и совершенствование нормативно-правовой базы предпринимательства позволили бы отечественным предпринимателям наладить совместную деятельность с зарубежными партнерами, что, в свою очередь, способствовало бы выпуску конкурентоспособной продукции, росту объемов промышленного производства, повышению уровня занятости населения, выходу на внешний рынок. Все это доказывает тезис о том, что в современных условиях первоочередное значение должно отдаваться развитию совместного предпринимательства в национальной экономике. Как известно, одна из наиболее распространенных форм совместного предпринимательства - это совместные предприятия.

В мировой экономике интеграционные процессы превалируют над дезинтеграционными тенденциями и совместные предприятия являются формой выражения этой глобальной тенденции. Общей основой или условием формирования совместных предприятий является именно данная тенденция. Совместные предприятия как форма выражения совместного предпринимательства, а с методологической точки зрения как основное звено экономики, должно отвечать трем требованиям:

- 1) во-первых, иметь черты предприятий национальной экономики;
- 2) во-вторых, особенные признаки как процесс интернационализации капитала, факторов производства и рабочей силы наподобии транс- и межнациональных корпораций мировой экономики;
- 3) в-третьих, формирование совместных предприятий происходит в условиях разного уровня развития рыночных отношений, и наша страна пока находится на начальной стадии строительства этих отношений, где, в частности, роль и значение государства очень высоки.

Совместное предприятие - это взаимопереплетение и взаимопереход (частное, коллективное, государственное и иные) собственности двух или нескольких государств, основанных на объединении коллективов разных национальностей, базирующихся на формировании единого производственно-хозяйственного комплекса с диверсификацией различных видов деятельности, в целях использования передовой техники и технологии и повышения благосостояния данного коллектива.

Безусловно, уровень экономической эффективности совместных предприятий сравнительно с предприятиями национальной экономики намного выше, что достигается за счет использования новой, более производительной технологии, лучшей системы организации и стимулирования труда, более жесткой дисциплины труда, использования опыта менеджмента развитых стран, более рациональной организации рабочего времени и других факторов производства. Привлечение иностранных инвестиций в Республику Молдову - необходимый экономический процесс. От того, насколько эффективно и качественно экономика государства будет вписываться в хозяйственные связи на мировом уровне, непосредственно зависит дальнейшая тактика и стратегия развития государства. Привлечение иностранных инвестиций создает условия для реального улучшения производственной структуры экономики Молдовы.

BIBLIOGRAPHY:

1. «Закон № 81 от 18.03.2004 об инвестициях в предпринимательскую деятельность»
Disponibil: http://lex.justice.md/document_rom.php?id=6F32D9AD:1AD3FF6A [дата обращения: 20.04.2018]
2. Т.А. Фролова Экономика предприятия: конспект лекций - Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009. 112 с.
ISBN 5-238-00042-1
3. Блинкова И.В. СОВМЕСТНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ВАЖНАЯ ФОРМА МЕЖДУНАРОДНОЙ БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ - Международный научно-исследовательский журнал Номер 5-2 (12) 2013 ISSN: 2303-9868
4. Национальное бюро статистики. Демография предприятий в Республике Молдова в 2017 году
Disponibil: <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&id=6179&idc=168> [дата обращения: 22.04.2018]

THE ROLE OF WOMEN IN BUSINESS

ROLUL FEMEILOR ÎN AFACERI

Dr., conf. univ., BALAN ALIONA
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni, 59
e-mail: balan_aliona@yahoo.com

GAMUREAC MIHAELA
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni, 59
e-mail : gamureacmihaela@mail.ru

Summary. *Women feel discriminate over time, but nowadays they fight for independence of affirmation and financial one. So, there is a detailed analyses of how do women get success, how do they implement their ideas and how do different financial programs work.*

Key-words: *women, business, financial programs, success*

Subiectul “Rolul femeii în afaceri” este actual și mi-am propus spre analiză detaliată factorii care influențează asupra implicării femeilor în business, care sunt sursele de finanțare preferate și nu în ultimul rând am analizat unele afaceri de succes din Republica Moldova inițiate de partea feminină. De-a lungul istoriei vedem că femeile au mai mult rolul de a îngriji de copii și de a asigura căldura în casă. Așadar, de cele mai dese ori ele au fost neglijate, discriminate și nu au fost acceptate în rândurile oamenilor de afaceri. Însă, în prezent, observăm că genul feminin luptă pentru independența atât financiară, cât și independența de a se afirma ca personalitate, de a arăta că ele au la fel de bune abilități ca și bărbații în a conduce o afacere. Republica Moldova și-a asumat la nivel internațional și național asigurarea egalității de gen în toate domeniile vieții sociale, politice și economice.

Conform unui studiu efectuat de biroul național de statistică, cele mai active femei pe piața muncii sunt cele de vârstă cuprinsă între 35-54 ani, urmate de cele din grupa de vârstă 45-54 ani. În perioada analizată, femeile dețineau o pondere mare în 2 sectoare: în administrația publică, învățământ, sănătate și asistență socială (peste 71%); în comerțul cu ridicata și cu amănuntul, hoteluri și restaurante (în jur de 59%). Mai puțin sunt prezente femeile în sectoare de construcție, transport și comunicații. Concentrarea femeilor doar în anumite sectoare poate afecta securitatea economică și socială a femeilor, dar și a familiilor lor, uneori diminuând chiar și posibilitățile lor de prosperare, creștere în carieră sau de autoafirmare.[1]

Să analizăm unele istorii de succes care au dovedit că femeile se descurcă perfect cu rolul de antreprenoare. Am ales spre analiză 3 companii mari și cunoscute din Moldova.

Larisa Cojocari, din Chișinău, este una dintre femeile pentru care hainele comode nu sunt doar o necesitate, ci și o sursă de venit. Ea este directorul companiei SRL Cojocari-Grup, sub brandul Vasconi care se bucura de o gama larga de produse vestimentare pentru bărbați, dame și copii. Conduce opt magazine în Capitală, alte trei la - Bălți și are 70 de persoane în subordine. Totul a început însă de la zero. Alături de ea lucrează soțul și fiul lor mai mic, care o încurajează și o ajută. Pentru că a beneficiat de suport financiar de la compania de consultanță în afaceri BAS (Business Advisory Services) a Băncii Europene de Reconstrucție și Dezvoltare, antreprenoarea a reușit să-și automatizeze procesul de producție, iar veniturile au crescut cu 30%. [2]

O altă femeie-exemplu pentru noi este Natalia Gudima, patroana firmei Prof System producătoare de geamuri și uși din PVC și aluminiu. În domeniul construcțiilor, femeile se ciocnesc cu mai multe prejudecăți. „De obicei, sunt înconjurată doar de bărbați. Mulți se întreabă ce știe o doamnă despre șuruburi și piulițe, iar eu le demonstrez că sunt o profesionistă”, mărturisește directoarea. Are 16 subalterni, iar soțul i-a devenit între timp partener de afaceri. [2]

Este mamă, soție și femeie de afaceri în același timp. A reușit să pună pe picioare prima afacere specializată în producerea și comercializarea fulgilor de cereale din Republica Moldova sub brandul „Ronți”, deși pentru asta a trebuit să cunoască piedicile sistemului birocratic din țara noastră.

Vorbim despre Angela Sobol, specialist în marketing, o mamă hotărâtă să facă o schimbare în alimentația copiilor. Soarta a făcut ca, în anul 2014, Angela să câștige un grant în valoare de 15 mii de euro, în cadrul programului „Poduri de încredere peste Nistru”, finanțat de Uniunea Europeană. Astfel, la 1 septembrie 2015 afacerea a fost oficial botezată „Ronți”. [3]

În urma unui sondaj calitativ, realizat cu factori implicați în promovarea antreprenoriatului feminin, s-a conturat faptul că metodele preferate de acces la finanțare la care recurg femeile antreprenoare sunt: finanțarea proprie - de la familie, prieteni; granturile, împrumuturile preferențiale, subvenții; apoi finanțarea start-up-urilor, și doar pe locul 4 se află împrumuturile bancare. Acești indicii scot în evidență și faptul că uneori prezența redusă a femeilor în afaceri, poate fi determinată într-o anumită măsură și de lipsa educației financiare și antreprenoriale a femeilor. [1]

100 de femei de afaceri din Republica Moldova vor beneficia de finanțare nerambursabilă prin intermediul Programului guvernamental „Femei în afaceri”, gestionat de Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM). Femeile de afaceri vor accesa granturi în valoare de 14 milioane de lei, ceea ce va stimula investiții de 24 de milioane de lei în economia națională. Acest Program este o pistă de lansare pentru femeile care își doresc să dezvolte un business, dar nu au suficiente resurse financiare și abilități antreprenoriale.

În toamna anului 2016, Guvernul Republicii Moldova a lansat Programul-pilot „Femei în Afaceri”, gestionat de către ODIMM. Din bugetul statului vor fi alocate 51,5 milioane lei. Scopul Programului este oferirea suportului financiar și non-financiar prin acordarea granturilor pentru investiții și servicii relevante pentru dezvoltarea afacerilor de către femei. [4]

Metodele utilizate pentru cercetare sunt analiza datelor statistice privind gradul de ocupare a femeilor pe piața muncii, cercetarea istoriilor vieții antreprenoarelor din Moldova și care au fost factorii care le-au dus la gândul de a lansa o afacere proprie, cum au luptat cu obstacolele întâlnite în cale și gradul de importanță a educației antreprenoriale pentru o viitoare business-woman.

Așadar, rezultatele cercetării m-au adus la concluzia că orice este posibil dacă avem dorință și putere. Ideile care ne apar trebuie transpuse în realitate, altfel riscăm să fie implementate de altcineva. Studiile de înaltă calitate, programe de finanțare și încrederea în forțele proprii - principalii piloni pe care se bazează o antreprenoare de succes. Însa pe lângă factorii decisivi în lansarea unei afaceri este important să avem în jurul nostru persoane de încredere, care ne vor susține pe parcursul creșterii în carieră și autoafirmării. Trebuie să avem o gândire critică și abilitățile de a deosebi cadrele înalt calificate de cele care doar vor stagna procesul producției; să știm a lupta cu stereotipurile prezente în societate. Ținând cont de cele enumerate mai sus, putem porni spre calea unei afaceri de succes - totul este în mâinile noastre.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE :

[1]-<http://www.statistica.md>

[2]- <https://adevarul.ro>

[3]- <https://suntparinte.md>

[4]- <https://odimm.md>

THE ROLE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE LONG-TERM DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

ROLUL ÎNTEPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII PENTRU DEZVOLTAREA DURABILĂ A ECONOMIEI NAȚIONALE A REPUBLICII MOLDOVA

IGNATIUC DIANA, conducător științific: dr., conferențiar universitar,
ASEM, Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni, 61
Telefon: +373069629072
e-mail: ignatiuc_diana@yahoo.com

MURJI ANASTASIA, studentă, anul I, gr. MKL-183
ASEM, Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropoliei Gavril Bănulescu-Bodoni, 61
e-mail: asia-tian@yandex.ru

Abstract: *small and medium businesses play a very important role in the economy, as one of the specific forms of manifestation of social relations not only enhances the material and spiritual potential of society, but also creates a fertile ground for the practical realization of the abilities and talents of each individual.*

Key-words: *entrepreneurship, small and medium business, market economy, problems of small and medium business*

JEL CLASSIFICATION: H32, L26

Малый и средний бизнес — это основа для устойчивого развития экономики государства. Речь идет о долгосрочном развитии, так как экономическое развитие изучается только в динамике на долгосрочных интервалах. Термин «устойчивое развитие» означает такую модель движения вперед, при которой достигается удовлетворение жизненных потребностей нынешнего поколения с сохранением таких же возможностей для будущих поколений.

В современных рыночных условиях устойчивость развития национальной экономики предполагает:

- наличие заданных ориентиров развития;
- возможность корректировки изменения направлений развития (отклонений от обозначенной траектории), возникающих из-за взаимодействия факторов внутренней и внешней среды;
- сохранение устойчивости развития системы отрасли в целом при наличии изменений интенсивности и/или направлений развития в отдельных ее составляющих;
- наличие системы оценок, позволяющих оценить уровень развития и степень его устойчивости.

Малые предприятия это наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни, именно они являются подлинной основой жизни стран с рыночной системой экономики. С помощью такого типа предпринимательства регулируется направление развития экономики страны и ее устойчивость, корректируется реакция экономики на воздействие факторов внешней и внутренней среды. Именно в секторе малого предпринимательства Республики Молдова создается и циркулирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса.

Согласно данным Департамента Статистика Республики Молдова, доходы от продаж малых и средних предприятий за 2017 год составили 137506,1 млн. леев, или 41,5% от суммы доходов от продаж в целом по экономике.

По данным на 2017 год всего количество малых и средних предприятий составляет 7,1 тыс., что в процентах составило 13,5. Основные виды предпринимательской деятельности,

в процентном соотношении, принимают следующие значения: 5,8% сельское хозяйство, лесное хозяйство и рыболовство; 1,7% в сфере оптовой и розничной торговли; 0,8% в сфере производства.

Малый бизнес, становясь все более весомой частью экономики, приобретает все более устойчивую форму и специфику своего существования. Но его необходимо постоянно развивать.

Преимущества малого и среднего бизнеса заключаются в следующем:

- 1) высокая оборачиваемость капитала;
- 2) проявление новаторства;
- 3) малый бизнес позволяет повысить конкуренцию, экономическую инициативу и активность граждан.

На основании всего вышесказанного, можно сделать вывод, что одной из главных проблем, которая характеризует малый бизнес в Республике Молдова, является отсутствие долгосрочных инвестиций.

Государство активно способствует развитию сферы малого и среднего предпринимательства. По мнению большинства специалистов, в настоящее время нормативно-правовая база малого и среднего предпринимательства в Молдове отвечает лучшим Европейским практикам, но нуждается в активизации усилий для их реализации.

Государство оказывает поддержку малым предприятиям с помощью различных программ помощи. Например, министерство экономики и инфраструктуры и Организация по развитию сектора малых и средних предприятий (ODIMM) занялись развитием малого бизнеса, а именно - подготовили новый проект поддержки молодых предпринимателей под названием «СТАРТ для МОЛОДЕЖИ: устойчивый бизнес у тебя дома».

Таким образом, в условиях динамичного развития конкурентной среды и активному внедрению национальной экономики Республики Молдова в международный экономический кругооборот, в странах с переходной экономикой, государство является главным партнером развития малого и среднего бизнеса. В первую очередь именно государство имеет возможность разрабатывать проекты для развития малого и среднего предпринимательства, если оно заинтересовано в долгосрочном развитии своей страны. Другим способом развития является сотрудничество с более опытными в этом вопросе странами, которые могли бы стать примером устойчивого развития экономики.

BIBLIOGRAPHY

1. Пармакли. Д. Экономика малых и средних предприятий. Учебно-методическое пособие Chișinău CEP USM. 2015 .ISBN978-9975-71-679-6 . 242 с
2. Бегун Т. В. Устойчивое развитие: определение, концепция и факторы в контексте моногородов [Текст] // Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). — Пермь: Меркурий, 2012. — С. 158-163. — Disponibil: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/57/3117/> [дата обращения: 18.04.2019].
3. Алуян В. С. Малый бизнес как фактор развития национальной экономики // научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. ISSN 2304-120X - Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/malyy-biznes-kak-faktor-razvitiya-natsionalnoy-ekonomiki>
4. Национальное бюро статистики. Основные показатели деятельности малых и средних предприятий в 2016 году. Disponibil: <http://www.statistica.md/category.php?l=ru&idc=368> [дата обращения: 20.04.2018]
5. Гранты на поддержку молодых предпринимателей. MonitorulFiscalMD. [дата обращения: 15.04.2018] Disponibil: <https://monitorul.fisc.md/editorial/granty-na-podderzhku-molodyh-predprinimateley.html>

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT IN THE SPHERE OF INTERNATIONAL CARGO AND ROAD TRANSPORTATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОВЫХ И АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC: dr., conferențiar universitar, IGNATIUC DIANA
Academia de Studii Economice a Moldovei (ASEM), Republica Moldova, mun. Chișinău, MD-
2005, str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni, 61
e-mail: ignatiuc_diana@yahoo.com

CONOP VLADISLAVA, student, anul I, gr. BA-185
Academia de Studii Economice a Moldovei (ASEM), Republica Moldova, mun. Chișinău, MD-
2005, str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni, 61
e-mail autor: konop152@gmail.com

The sphere of international freight and road transport is one of the most important for the country's economy. Almost all areas of the economy directly depend on the state and readiness for operation of vehicles. The problems of this industry are paramount, as road freight transport performs strategically important tasks. Neglect of the problems in this area can play a negative role for the development of the economy of the Republic. Due attention and the desire to solve existing problems will contribute to the development and modernization of the industry.

Key-words : *transport, international, carriage, cargo, problems, prospects, industry*

JEL CLASSIFICATION : R40

В настоящее время международные грузовые и автомобильные перевозки являются важнейшим звеном, связывающим между собой различных экономических агентов. Транспортные перевозки – это стратегически важная область экономики Республики Молдова, так как без данного вида услуг ни одна отрасль хозяйства не сможет полноценно осуществлять свою деятельность. От международных транспортных перевозок зависит работа таких областей национальной экономики, как сельское хозяйство, промышленность и торговля.

Выявление основных проблем, с которыми сталкиваются национальные перевозчики грузов, а также выяснение, существующих перспектив в сфере международных грузовых и автомобильных перевозок является актуальным для долгосрочного развития.

На территории Республики Молдова действие автомобильных грузоперевозчиков координируют такие организации, как Национальное Агентство Автомобильного Транспорта (ANTA) и Ассоциация международных автомобильных перевозчиков Молдовы (АИТА), которая в свою очередь является членом Международного союза автоперевозчиков (IRU) и Международной федерации экспедиторских ассоциаций (FIATA). Республика Молдова входит в состав конвенции TIR, документы которой позволяют грузоперевозчикам быстро проходить таможенные процедуры при импорте-экспорте товаров, поскольку оплату таможенных пошлин в том или ином государстве гарантирует именно система TIR (Transports International Routiers). А также Республика Молдова участвует в конвенции о договоре международной перевозки грузов автомобильным транспортом CMR (Convention Relative au Contrat de Transport International de Marchandises par la Route), данная конвенция устанавливает порядок взаимоотношений между грузоотправителями, перевозчиками и грузополучателями при осуществлении международных перевозок грузов транспортными средствами.

Благодаря достигнутым соглашениям и подписанным конвенциям в области грузоперевозок Республика Молдова является полноценным участником международных экономических отношений, а молдавские грузоперевозчики пользуются доверием у

иностранных экономических агентов. Установленные экономические связи способствуют стабильному увеличению объема грузоперевозок. Так, например, транспортники Молдовы перевезли в 2018 г. свыше 19,4 млн. т грузов, что на 10% больше, чем годом ранее. Основным перевозчиком остается автотранспорт, на долю которого пришлось 74,2% грузоперевозок за год, +12,8%. Но основные перспективы развития в сфере международных грузовых и автомобильных перевозок можно обнаружить только через решения многочисленных проблем.

Основные проблемы отрасли :

1. сложность обновления парка транспортных средств;
2. отсутствие соответствующего технического обслуживания для новых транспортных средств. Централизация обслуживающих центров в столице;
3. дефицит разрешений (дозволов). Любая разрешительная система становится ограничивающей;
4. негативное влияние квот на ввоз тех или иных сельскохозяйственных и промышленных товаров из РМ в страны ЕС. Эмбарго Российской Федерации;
5. нестабильная политическая обстановка в соседних странах, через которые идет транзит молдавских грузов;
6. большая зависимость от аграрного сектора, ярко выраженная сезонность;
7. наличие на молдавском рынке перевозок сторонних перевозчиков из третьих стран;
8. плохое состояние дорог и дорожной инфраструктуры на территории страны.

В заключение хотелось бы отметить следующее: для определения перспектив развития и выявления четких ориентиров, необходимо, в первую очередь, преодолеть существующие проблемы. Оказание сопротивления вышеперечисленным проблемам и выстраивание четкой стратегии, направленной на разрешение сложившейся ситуации – единственный способ, который поможет отрасли оставаться эффективной для страны. Так как в нашей стране подготовлена вся необходимая база для осуществления международных грузовых и автомобильных перевозок, то необходимо лишь упорно трудиться, опираясь на общемировой опыт. Установление дружеских и взаимовыгодных отношений с другими странами на высшем политическом уровне – залог успешного развития отрасли.

Библиография:

1. Карлик А.Е., Шухгальтер М.Л. Экономика предприятия – 2-е изд., перераб. и доп. СПб: Питер, 2009. ISBN 978-5-388-00582-3
2. Ключкова Е.Н. Экономика предприятия : учебник для бакалавров –Москва : Юрайт, 2014. ISBN 978-5-9916-3102-0
3. Гинзбург А. Международные автомобильные перевозки грузов – 2-е изд., перераб и доп. СПб: Информационный центр : Выбор,-2000. ISBN 5-93518-006-5
4. Моисеев С., «Транспортные задачи и решения», доступно сайт АІТА <https://clck.ru/FjMqB> [23.04.2019]

COMPETITIVENESS OF LOCAL PRODUCTS

COMPETITIVITATEA PRODUSELOR AUTOHTONE

PATRAȘCU DORINA

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu Bodoni 61

Telefon: +37369037311

e-mail: dorina112001@yahoo.com

GAIDAMPAS IRINA

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu Bodoni 61

Telefon: +37378640217

e-mail: gaidampas98@mail.ru

Abstract: *The paper aims to investigate the competitiveness of local products on the foreign market, so that at present the Republic of Moldova is facing problems at export level, which has already affected the agricultural producers. Researching published articles as well as recent news, we have come to the conclusion that domestic producers need new outlets and establish strong relationships to achieve production and increase international recognition of our country. The World Economic Forum (WEF) in 2018 ranked Moldova 88th out of the 140 most competitive countries, compared to 2015, when the same ranking places Moldova on the 111th place, which is an unfavorable situation from the point of view of investment view, and the attractiveness of our products on the foreign market. In this context, steps should be taken to improve the situation and improve the situation, otherwise the Republic of Moldova risks losing its capacity, the number of migrations increases, which demonstrates the drastic consequences. The country's potential is a huge, strategic location and abundant raw material, but all of this can not be capitalized because of the lack of markets, which makes local producers no longer produce the products they produce so far. Our Republic needs a new chance of destroying barriers and reaching the most important goals.*

Keywords: *Local products, Republic of Moldova, export, competitiveness*

Conținutul de bază

Obiectivele principale ale cercetării au fost stabilirea cauzelor exportului slab din Republica Moldova, prerogativele care ar determina creșterea competitivității produselor autohtone moldovenești, precum și evidențierea etapei la care se află țara noastră la moment din perspectiva exporturilor. Acest subiect este important și dureros în același timp, deoarece Moldova trece printr-o etapă grea la momentul actual, producătorii agricoli nu au unde să-și realizeze producția, iar statul nu propune soluții alternative, astfel încât pe rafturile supermarketelor produsele moldovenești nu se găsesc.

Republica Moldova este un stat competent din perspectiva produselor autohtone. La momentul actual avem peste 1300 de producători autohtoni precum urmează:

- Producători de articole vestimentare (Ionel, Alina Bradu, Maicom, Iuvas, Passer)
- Producători încălțăminte (OldCom, Cristina, Olsa, Zorile, Trenwood)
- Producători de legume(Delmark, Furtună Victor, Grădina Moldovei, Agromaxer)
- Eco-producători (Eco Reserve Grădina Mea, ecoVazon)
- Producători de vin(Cricova, Mileștii Mici, Gitana, Doina Vin, ATU Winery)

După cum se observă, Republica Moldova dispune de o gamă largă de produse autohtone, cunoscute pe teritoriul țării. Unii producători atingând gradul de saturație în țară, decid să exporte, una din principalele țări în care se exporta a fost Rusia, până în 2005, când Federația Rusă pune embargo asupra produselor moldovenești, treptat unii producători redobândeau dreptul de a exporta ca mai apoi Rusia să introducă un embargo total care rămâne valabil și astăzi. Însă printre țările în care Moldova exportă se numără România (792 306,86 mii dolari SUA, 2018- 349.125,72 mii dolari SUA, 2017), care rămâne și în prezent o puternică piață de desfacere a produselor autohtone, apoi urmează Germania (219 902,82 mii dolari SUA, 2018- 95.607,00 mii dolari SUA, 2017),

Irlanda de Nord (78 816,81 mii dolari SUA, 2018- 86.674,35 mii dolari SUA, 2017), Italia (309 657,64 mii dolari SUA, 2018- 132.247,16 mii dolari SUA, 2017), Polonia (98 100,68 mii dolari

SUA, 2018- 46.837,67 mii dolari SUA, 2017), Ucraina (80 301,72 mii dolari SUA, 2018- 43.129,76 mii dolari SUA, 2017) și altele. Astfel încât produsele moldovenești se bucură de o popularitate tot mai mare, numărul producătorilor autohtoni se află în creștere, ceea ce generează o creștere economică constantă și crearea unui mediu favorabil pentru investiții.

Exporturile de mărfuri autohtone în 2017, au constituit 1640,7 mil. dolari SUA (67,7% din total exporturi), fiind în creștere cu 21,5% față de anul 2016. Cu toate acestea, produsele noastre totuși nu au atins nivelul de competitivitate necesar pentru a fi comparate cu produsele altor țări puternic dezvoltate, de aceea creșterea competitivității produselor rămâne unul dintre principalele prerogative necesare dezvoltării economice, după care urmează crearea unui mediu investițional favorabil, care va genera îmbunătățirea economică a Republicii.

Unii experți afirmă faptul că semnarea Acordului de Asociere cu UE, reprezintă un pas important pentru Republica Moldova, iar principalele strategii de creștere economică rămân a fi: îmbunătățirea infrastructurii, protecția investițiilor, reducerea barierelor administrative, facilitarea comerțului transfrontalier, îmbunătățirea administrării fiscale și vamale și reducerea numărului organelor cu funcții de reglementare și control. În acest scop ar trebui să se implementeze unele măsuri, și anume: monitorizarea tehnologiei de producere, încurajarea producătorilor prin oferirea unor subvenții, încheierea unor contracte de colaborare, elaborarea unor strategii de răspândire a producției și elaborarea unor soluții alternative pentru produsele nerealizate.

În concluzie, pot afirma faptul că Republica Moldova are o amplasare strategică față de unele țări puternic dezvoltate, iar accesul la țările europene constituie un avantaj, însăși semnarea Acordului de Asociere cu UE reprezintă un pas important pentru îmbunătățirea exporturilor în RM, deoarece spațiul european este deschis pentru a accepta produsele noastre.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. <https://mei.gov.md/ro/content/cresterea-competitivitatii-produselor-moldovenesti-si-atragerea-investitiilor-vor-contribui>
2. <http://asm.md/administrator/fisiere/cadru/f219.pdf>

PROMOTION TECHNIQUES USED BY THE ECONOMIC UNITS

TEHNICI DE PROMOVARE UTILIZATE DE UNITATILE ECONOMICE

OXANA BARBĂNEAGRĂ

Academia de Studii Economice a Moldovei,
or. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61

Telefon: + 373420779

E-mail: oxana.barbaneagra@ase.md

PAULA COJOCARI

Academia de Studii Economice a Moldovei,
or. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61

E-mail: cojocaripaula@gmail.com

Abstract. *The aim of this study is to present general information about the types of advertisement that can be implemented in the Moldovan companies in order to become more popular around the world, a factor which is important with the purpose of obtaining profit.*

Key-words: *advertisement, Grow Hacking Marketing, Neuromarketing, Programmatic Marketing.*

JEL CLASSIFICATION: M3

INTRODUCERE

Studierea tipurilor de publicitate ajută unitățile economice să determine care este cea mai potrivită tehnică de promovare pentru a se face cunoscută în rândul consumatorilor, totodată minimizând cheltuielile legate de publicitate.

Societatea modernă, oferă multiple tehnici de promovare care sunt folosite de către unitățile economice pentru a-și vinde bunurile sau serviciile. Dintre cele mai eficiente tehnici sunt cele din zona online-ului, cum ar fi: Growth Hacking Marketing; promovarea prin Facebook; promovarea prin motorul de căutare Google; Neuromarketing-ul și Marketingul programat.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Growth hacking-ul este o nouă abordare în marketing, pornită de la companiile tech și care se bazează pe foarte multă testare, măsurare, combinate cu creativitate având scopul de a găsi cele mai bune canale de creștere a unei afaceri. Growth Hacking Marketing-ul este cel mai bun mod pentru startup-uri și companii consacrate să obțină o creștere rapidă și sustenabilă printr-o abordare de marketing bazată pe date și experimentare. Deși mai puțin cunoscut în Moldova, growth hacking-ul este conceptul de marketing care stă la baza succesului răsunător pe care l-au avut unele din cele mai importante startup-uri din lume: Facebook, LinkedIn, Airbnb, Dropbox și multe altele.

Una dintre inovațiile majore ale Growth Hacking-ului ca abordare în marketing este că propune companiilor să folosească chiar produsul lor pentru a atrage noi clienți. De asemenea, un growth hacker știe mereu că clientul și cifrele au mereu dreptate. Deși testează multe idei și tactici, growth hackerii se vor baza pe ceva care aduce mereu rezultate.

Promovarea prin FACEBOOK este parte componentă a Social Media Marketingului. Chiar dacă Social Media Marketingul la nivel global cuprinde în sine mai multe canale cum ar fi:

- Social Networking (rețele de socializare – Facebook, Twitter, Google+ etc)
- Social Bookmarking & News (Digg, Reddit, Delicious, Link.md)
- Social Photo and Video Sharing (Instagram, YouTube)
- Wikis (Wikipedia)
- Bloguri, în Republica Moldova acesta este asociat mai mult cu promovarea pe

Facebook.

Promovarea prin FACEBOOK poate fi efectuată:

- ⇒ Organic – vizualizarea postărilor de pe pagină;
- ⇒ Promovat – achitarea unei taxe pentru ca o anumită postare să fie afișată oamenilor.

Deși teoretic putem ajunge la oameni și fără să plătim, această metodă de promovare nu mai funcționează pentru 98% din tipurile de afaceri. Din septembrie 2012 modificările algoritmului au făcut ca postările normale să ajungă la doar 3-5% din cei care te urmăresc.

Promovarea prin motorul de căutare Google. În Republica Moldova peste 80% din căutări în Internet se fac prin intermediul platformei de căutare Google. Dacă antreprenorul deține o industrie unde oamenii caută activ produse ca al său, promovarea pe Google (Google Search Ads) este una din cele mai bune strategii pentru a-și crește vânzările. Avantajul principal al acestei platforme este că te poți adresa direct celor pregătiți să cumpere. Poți să faci asta, licitând doar pentru cuvinte aproape de conversie, cuvinte precum „preț...” și numele produsului tău sau „magazin online pentru...”. Modul de funcționare al Google Adwords este destul de simplu: atunci când creezi o campanie alegi aria geografică care te interesează, apoi alegi pe ce cuvinte cheie (căutări) să apară reclamele tale.

Neuromarketing-ul (neuroștiința consumatorului) este un domeniu interdisciplinar în curs de dezvoltare, ce leagă cunoștințele din psihologie și neuroștiințe cu marketingul. Este o sub-arie a neuroeconomiei, care abordează probleme relevante de marketing cu metode și perspective din cercetările pe creier. Scopul neuromarketing-ului este de a studia modul în care creierul este fiziologic afectat de strategiile de publicitate și de marketing. Activitatea creierului rezultată din vizualizarea unei reclame este monitorizată și măsurată folosind tehnici neuroimagistice, cum ar fi imagistica prin rezonanță magnetică funcțională (RMNf), encefalografia (EEG) sau topografia creierului (SST). Aceste dispozitive (RMNul, spre exemplu) generează imagini instantanee, colorate, ale creierului în lucru, iar cercetatorul este capabil să compare diferențele în imaginile produse în timpul sarcinilor respective.

Apoi devine evident care părți ale creierului au răspuns la stimulii folosiți. Domeniul evoluează tocmai din nevoia de a înțelege mai bine deciziile consumatorului (identificarea cauzei și a efectului), măsura interacțiunea moment cu moment pentru orice tip de stimul și pentru a ajunge acolo unde marketingul tradițional nu are acces: în subconștient. Neuromarketing-ul poate confirma, reconfigura, sau îmbunătăți teoriile convenționale ale teoriei de marketing.

Marketingul programat este licitarea automată a inventarului publicitar în timp real pentru posibilitatea de a afișa un anunț unui anumit client, într-un anumit context. Tehnologiile programatice se accelerează în fiecare an, așa cum s-a întâmplat în 2018. Cele mai recente platforme programatice sunt susținute de inteligența artificială avansată și de deep learning. Dezvoltarea publicității programatice va continua și anul acesta. Potrivit studiului “Programmatic Marketing Forecast”, publicitatea programatică va reprezenta 65% din bugetul cheltuit pe publicitate online în 2019, iar întreaga industrie va înregistra o creștere de 19% comparativ cu anul trecut, ajungând la 84 de miliarde de dolari.

CONCLUZII: Tehnicile de promovare sunt importante pentru unitățile economice, deoarece datorită acestora compania își creează o imagine, dar duce și la viziunea consumatorilor asupra acesteia. Companiile care au deja o prezență on-line își dezvoltă strategiile de marketing, iar restul își modernizează în mod alert modelele de afaceri pentru a asigura compatibilitatea cu lumea digitală care este într-o continuă dezvoltare.

Globalizarea și digitalizarea au dus la creșterea atât a oportunităților omniprezente, cât și a concurenței. În afară de ideile eficiente de marketing digital, unitățile economice trebuie să vină cu strategii pentru a avea un impact asupra audienței lor. Singura modalitate de a supraviețui concursului de astăzi este ca această concurență, alături de adoptarea unei strategii eficiente de marketing digital, va apropia unitățile economice cu un pas de atingerea obiectivelor propuse.

Nutrim convingerea că tendințele din 2019 vor gravita în jurul optimizării, eficienței costurilor și transparenței.

REFERINTE BIBLIOGRAFICE:

1. <https://smarters.ro/ce-este-growth-hacking-ul/>
2. <https://smarters.ro/grow/promovare-online/>
3. <http://969657332353816670.weebly.com/ce-este-neuromarketingul.html>
4. <https://start-up.ro/publicitatea-in-2019-trenduri-in-strategiile-de-marketing-programatic/>

PREDICTING AND SIMULATING STOCK PRICE IN BUSINESS

PREZICIREA ȘI SIMULAREA PREȚULUI DE BUNURI ÎN AFACERI

MORARU MARIA, lector univ.

Academia de Studii Economice a Moldovei

Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 61, MD-2005

Datele de contact ale coordonatorului: tel. (+373) 79567680

moraru_maria@yahoo.com

SOLTANICI VERONICA, stud., an.I, specialitatea: Tehnologia Informației

Academia de Studii Economice a Moldovei

Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 61, MD-2005

Datele de contact ale coordonatorului: tel. (+373) 60589540

soltanici98@gmail.com

Abstract. The Purpose of this work is to use of Excel and VBA (Visual Basic for Applications) facilities to determine the correctness of economic and financial decision making on prices. **In this work we will highlight the strengths of price movements, their simulation and their prediction.** On the basis of the analysis, we can conclude the advantages of the

decisions made with the application of the MS Excel and VBA financial functions regarding prices. **This work promotes how to properly track prices. For this we do not have various applications because the price influences various factors. Often work with approximations or simulations to keep up with the risks that might be.** The results of the work may be useful for developing a business plan, planning financial developments, pricing planning for an investment and in all economic and financial activities. **Stock prices change every day by market forces. By this we mean that share prices change because of supply and demand. If more people want to buy a stock (demand) than sell it (supply), then the price moves up. Conversely, if more people wanted to sell a stock than buy it, there would be greater supply than demand, and the price would fall. I will share some of the crucial learning's.**

Key words: Stock, Price, Predicting, Simulating, VBA, Finance.

JET CLASSIFICATION: O11, O21, O23

INTRODUCERE. În prezent, tehnologia informației a schimbat radical toate domeniile activității umane; le putem găsi în orice domeniu. Ele joacă un rol important în dezvoltarea economiei, științei, culturii și a altor domenii importante.

În această lucrare voi prezenta modele legate de afaceri și economie. Economia combinată cu tehnologia informației sporește considerabil progresul în societatea noastră. Tehnologia informației oferă instituțiilor financiare informații valoroase despre clienții lor, permițându-le să creeze ceva nou pentru clienții lor.

Tehnologiile au îmbunătățit departamentele de vânzări și de service ale companiei, permițând angajaților să utilizeze dispozitive electronice, să creeze comenzi și să le livreze, să colecteze informații despre clienții lor.

DESCRIEREA METODELOR ȘI INSTRUMENTELE UTILIZATE. Modelul 1: Simularea prețurilor stocurilor (Using Excel). Am elaborat un model pentru a simula prețul unui stoc, având în vedere prețul său actual, randamentul așteptat, volatilitatea și dimensiunea pasului de simulare. Toate variabilele de intrare sunt alcătuite astfel încât utilizatorul să le poată schimba. De asemenea, utilizatorul ar trebui să poată genera cu ușurință noi căi de preț [1]. Pe diagramă sunt reprezentate căile de preț simulate pentru stoc și componentele sale certe și incerte.

Strategia de modelare

Foaia de lucru pentru acest model este prezentată în Figura 1.1, Figura 1.2. Pentru a simula prețul pentru fiecare pas, a fost necesară o extragere aleatorie dintr-o distribuție normală standard [2]. Puteți folosi funcția RAND pentru a desena o probă aleatorie între 0 și 1 dintr-o distribuție uniformă și funcția NORMSINV pentru a o converti într-o extragere aleatoare dintr-o distribuție standard.

	A	B
1	Simulating Stock Prices	
2		
3		
4	Stock price now(SD)	100.000,00 L
5	Time increment (Dt, days)	1
6	Expected return (Mu, per year)	20%
7	Volatility (V, annualized)	40%
8		
9	Expected return (k, per year)	12%
10		
11		
12		

Figura 1.1 Modelul 1: Simularea prețului unui stoc.

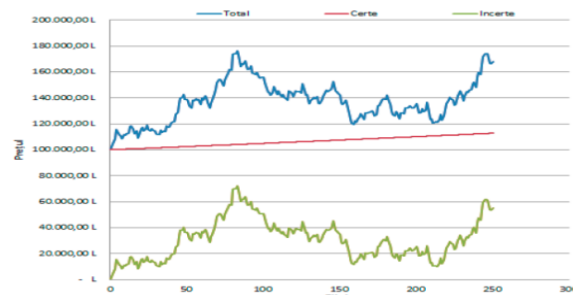


Figura 1.2 Modelul 1: Simularea prețului unui stoc.

Utilizări ale modelului

Acest model este foarte util pentru a vizualiza modul în care se dezvoltă prețurile acțiunilor. La activarea tastei funcționale F9 se vor genera căi de preț diferite. Căile de preț simulate arată remarcabil de asemănătoare cu istoricul prețurilor stocurilor și indiciilor bursiere. De asemenea, puteți vedea efectul volatilității schimbând-o de la 0 la cifre înalte.

Modelul 2: Simularea prețurilor stocurilor (Utilizarea Excel cu VBA)

Am dezvoltat un model pentru a simula prețul unui stoc, având în vedere prețul său actual, randamentul așteptat, volatilitatea și dimensiunea pasului de simulare. Variabilele de intrare sunt programate astfel încât utilizatorul să le poată schimba. De asemenea, utilizatorul are posibilitatea de a genera cu ușurință noi căi de preț [3]. Tabel cu date și diagrama reprezintă calea simulată a prețului pentru stoc și componentele sale certe și incerte, Figura 2.2.

Strategia de modelare

Pentru acest model am folosit aceeași strategie pe care am folosit-o în primul model (Excel). Ecuațiile alcătuite au fost proiectate pentru a calcula prețul acțiunilor la sfârșitul unui pas bazat pe prețul de la începutul etapei ca în continuare să poată fi repetat procesul pentru fiecare etapă. Se poate utiliza funcția Rnd a VBA pentru a desena o probă aleatorie între 0 și 1 dintr-o distribuție uniformă și apoi funcția NORMSINV din Excel pentru al converti într-o extragere aleatorie dintr-o distribuție normală standard.

Codul Programului VBA

```
(General)
Sub StokSimulation()
2:
3:
4: ' Simulates daily stock prices assuming geometric
5: ' Brownian motion.
6:
7: Dim SO, dt, mu, vol, N, k
8: Dim sOld, sNew, cOld, cNew, uNew, rDraw
9: Dim rowOffset, i
10:
11: Range("Starttime") = Time 'Records the starting time
12: Worksheets("Model InOut").Activate
13:
14: '*****
15: ' Read input data
16: '*****
17: SO = Cells(4, 2).Value
18: dt = Cells(5, 2).Value
19: mu = Cells(6, 2).Value
20: vol = Cells(7, 2).Value
21:
22: '*****
23: ' Computations
24: '*****
25: N = 250 'Number of days to simulate
26: rowOffset = 31 'used to control where data is written out
27:
28: k = mu - vol ^ 2 / 2
29:
30: ' Initial values
31: sOld = SO 'Used to store stock price for previous day
32: cOld = SO 'Used to store certain component for previous day
33: Cells(rowOffset + 1, 4).Value = 0
34: Cells(rowOffset + 1, 5).Value = SO
35: Cells(rowOffset + 1, 6).Value = SO
36: Cells(rowOffset + 1, 7).Value = 0
37:
38: For i = 1 To N
39: 'Generates random draw from standard normal distributions
40: rDraw = Application.NormSInv(Rnd)
41:
42: sNew = sOld * Exp(k * dt / 250 + vol * rDraw * Sqr(dt / 250))
43:
44: cNew = cOld * Exp(k * dt / 250) 'Certain component
45: uNew = sNew - cNew 'Uncertain component
46:
47: Cells(rowOffset + i, 4).Value = i
48: Cells(rowOffset + i, 5).Value = sNew
49: Cells(rowOffset + i, 6).Value = cNew
50: Cells(rowOffset + i, 7).Value = uNew
51:
52: sOld = sNew 'Saves old price before calculating next one
53: cOld = cNew
54: Next
55:
56: Range("Stoptime") = Time 'Record ending time
57:
58: End Sub
```

CONCLUZII

1. Implementarea tehnologiilor informaționale contribuie la simplificarea activității economice. Instrumentele MS Excel ne ajută să planificăm prețurile, profiturile și să le distribuim. Tehnologia informației este singura tehnologie care ne oferă posibilitatea de a analiza date specifice și a planifica în consecință domeniul de afaceri oferă multe instrumente care pot rezolva probleme complexe și pot planifica scalabilitatea afacerii.

2. Soluțiile IT continuă să sporească productivitatea, eficiența afacerii și comunicarea; întreprinderile vor continua să se bazeze pe tehnologia informației pentru succes.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Chandan Sengupta: Financial Modeling Using Excel and VBA, Canada 2004
2. Jayesh Patel, CFA: PROFIT from PRICE\$, 2007
3. Nir Kossovky: Reputation, Stock Price, and You: Why the Market Rewards Some Companies and Punishes Others.
4. <https://www.disnat.com/en/learning/trading-basics/stock-selection-strategies/value-investing>

RESEARCHING THE MIGRATION PROCESS: CAUSES AND CONSEQUENCES

CERCETAREA PROCESULUI MIGRAȚIONIST: CAUZE ȘI CONSECINȚE

Conducător științific: SOLOMATIN ALA conf. univ., dr.
alasolomatin@yahoo.com

BOBU IRAIDA, PANICOV MIHAELA
E-mail: iraidabobu28@gmail.com, panicovmihaela@gmail.com
ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Bănulescu Bodoni, 61, tel: 022402970

Abstract. *Migration is a global phenomenon that affects millions of people annually. At present, the obvious impact of the process of globalization on the configuration of international migration flows (such as the emergence of new Migratory "waves" as a result of global geopolitical change; globalization and intensification migration processes in all regions of the world; major demographic changes at global level; the impact of migration on the national and global economy) indicates the need for a profound analysis of the essence and the main manifestations of this phenomenon. In this context, it is important to analyze new developments of the migration processes involving citizens of the Republic of Moldova, as well as proposing recommendations that will contribute to the improvement of the policies in the field, to the improvement of the normative framework.*

Key words: *economy, migration, population, deficiency, labor migration*

JEL CLASSIFICATION: M31, O35

INTRODUCERE

Fenomenul migrației sugerează un spectru larg de probleme, unele mai particulare, altele mai generale, dar toate actuale, importante și interconectate. Problema migrației este una dintre cele mai acute probleme ale dezvoltării Republicii Moldova. Astăzi în migrația de muncă este inclus fiecare al treilea cetățean apt de muncă. Migrația afectează în mod direct securitatea națională a statului moldovenesc

CONȚINUT DE BAZĂ

Potrivit datelor statistice a BNS¹ populația stabilă, la începutul anului 2018 pe ani, medii și sexe este de 3 547 539 locuitori, actualmente această cifră este în continuă descreștere. De aceea am decis să analizăm procesul migraționist din Republica Moldova.

Metoda selectată în efectuarea cercetării a fost anchetarea prin intermediul chestionarului. Reieșind din scopul studiului, cât și din cerințele metodologice stabilite, sondajul s-a realizat în mediul online, au participat 100 de respondenți din diferite categorii de vîrstă, perioada realizării cercetării a fost 01.04.2019-19.04.2019. Conform rezultatelor cercetării circa 82,9% din respondenți au spus că doresc să migreze în altă țară, iar 40% dintre aceștia nu doresc să revină în Republica Moldova. Această decizie este luată din cauza problemelor cu care se confruntă cetățenii în Republica Moldova: salarii mici 49,3%, instabilitatea economică 28,0%, situația politică 10,7%, alte cauze 5,3 %, lipsa locurilor de muncă 4,0%, instabilitatea socială 2,7%. Actualmente, respondenții consideră că situația economică din Republica Moldova este foarte rea 39,2%, rea 39,2% și doar 21,6 % nici bună nici rea. Principalele țări de destinație ale migranților moldoveni sunt (evidențiem top 5 țări): SUA 18,7%, Italia 16%, Marea Britanie 14,7%, Germania 14,7%, Franța 13,3% deoarece în aceste țări sunt respectate principiile democratice, există stabilitate economică și socială. Studiile cetățenilor migranți și a celor ce doresc să migreze sunt focusate preponderent în ariile Economie și Drept 60,3%, Inginerie, Industrie și Construcții 15,4%, Sănătate și bunăstare 5,5%, etc. Majoritatea persoanelor care au migrat nu sunt angajați conform specializării lor, astfel angajarea migranților potențiali este concentrată în special în

¹http://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/20%20Populatia%20si%20procesele%20demografice/20%20Populatia%20si%20procesele%20demografice_POP010/POP010100.px/table/tableViewLayout1/?rxid=b2ff27d7-0b96-43c9-934b-42e1a2a9a774

sectoarele agriculturii, construcției și comerțului, astfel la întrebarea „Care a fost prima muncă prestată peste hotare” 37,7% din respondenți au răspuns că nu au lucrat la început, 36,4% lucrător necalificat și doar 20,8 % au lucrat ca muncitor calificat. Din totalul respondenților 57,7% sunt femei, iar 42,3% bărbați, acest fapt este generat deoarece femeile sunt mai receptive și mai active în mediul online. Mediul de trai al respondenților până la migrare a fost urban 51,9% și rural 48,1%. Vârsta respondenților s-a clasat în felul următor: 20-35 ani 64,1%, 25-30 ani 14,1%, 30-35 ani 14,1, 35-40 ani 7,7%, aceasta trebuie să devină o alertă pentru autorități deoarece astăzi tinerii nu-și pot construi viitorul acasă și trebuie să migreze pentru o viață mai bună peste mii de km, astfel generându-se un exod al potențialului economic a țării și îmbătrânirea populației.

CONCLUZIE

Rezultatele cercetării demonstrează clar existența multor probleme în Republica Moldova care contribuie la migrarea în masă a cetățenilor. Actualmente, se înregistrează o creștere fără precedent a procesului migraționist. Luând în considerație actuala situație a economiei Moldovei, persoanele cu studii superioare sunt solicitate într-o măsură insuficientă evidențiinduse o lipsă de profesioniști de nivel tehnic mediu și de speciale astfel nu pot fi acoperite locurile de muncă vacante. Conform paginii web „Rabota.md” la ora actuală în Republica Moldova există 5025 de posturi vacante dintre care în domeniul marketingului 1389 locuri. Salariile foarte mici și condițiile proaste de muncă figurează printre principalele motive pentru părăsirea țării. Problema creării locurilor de muncă decente și de calitate înaltă trebuie să fie abordată în regim de urgență în planul de dezvoltare a economiei naționale.

În urma lucrării efectuate am creat câteva sugestii pentru reducerea acestui fenomen dizastuos pentru Republica Moldova:

1. **Promovarea și susținerea producătorilor autohtoni** (*educarea consumatorului*)
2. **Susținerea micului bussines** (*oferirea scutirilor de taxe și impozite la începutul afacerii*)
3. **Respectarea legislației de către toate clasele sociale**

În concluzie vrem să spunem că Moldova este fiecare dintre noi de aceea trebuie să o protejăm. Consumați local, aceasta este unica soluție de a deveni un stat puternic și independent!

BIBLIOGRAFIE

1. <http://statistica.gov.md/map.php?l=ro&idc=34>
2. <http://icjp.asm.md/sites/default/files/publicatii/migratia.pdf>
3. https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/m/C12578310056925BC12574B90057E51E_NOTE7J5LS7.pdf

THE INFLUENCE OF THE ECONOMIC FACTORS ON THE PURCHASING DECISION

INFLUENȚA FACTORILOR ECONOMICI ASUPRA DECIZIE DE CUMPĂRARE

Conducător științific: CRISTAFOVICI PROFIRA, conf.univ.,
crstofprof@yahoo.com

AUTOR: MOȚPAN MARINA, POPA VANESSA
vanessa.popa@mail.ru; motic98@mail.ru

Abstract: The theme "The Influence of Economic Factors on Purchase Decisions" tells us about the factors that influence the behavior of the consumer. Due to of these factors people have to choose some products and give up others. Economic factors have an essential role because at the macroeconomic level they characterize the purchasing capacity of the society at a given time, constituting the premise of consumer behavior.

Key word: economy, consumer price, salary, income and expenses

JEL CLASSIFICATION: M31, O35

Introducere

Scopul cercetării propuse în prezenta lucrare este de a identifica factorii care împiedică consumatorul să-și satisfacă nevoile cu valori superioare și la un nivel corespunzător. Se știe că comportamentul consumatorului este determinat de o multitudine de factori, factorilor economici revenindu-le o importanță deosebită în luarea deciziilor de cumpărare a bunurilor și serviciilor. Dorițele consumatorilor, stilul de viață al acestora, modul cum se aleg produsele sunt în strânsă legătură cu veniturile sale disponibile, prețurile la produse, costurile de oportunitate, accesibilitatea resurselor creditare, cursul valutar, inflația ș.a.

Conform datelor statistice am constatat faptul că prețurile evoluează, de la un an la altul, și depind de situația economică a țării. Astfel consumatorii sunt determinați să-și schimbe viziunile și alegerile față de achiziționarea anumitor bunuri și servicii. În urma cercetării influenței factorilor economici asupra comportamentului am constatat un decalaj semnificativ între venituri și consumul majorității populației.

Conținutul de bază:

Cercetarea a scos în evidență următoarele:

1. Conform datelor Biroului Național de Statistică în perioada martie 2018 - februarie 2019 inflația a constituit 2,4%, inclusiv la: produse alimentare – 3,5%, mărfuri nealimentare – 2,9%, servicii prestate populației – (-0,2%). Prețurile de consum în luna februarie 2019 comparativ cu luna februarie 2018 au înregistrat o tendință de creștere cu 2,4 la sută, iar în februarie 2018 față de februarie 2017 cu 0,5 la sută.

2. Câștigul salarial mediu lunar în anul 2018 a fost de 6987,5 lei, înregistrând o creștere de 14,3% față de trimestrul IV 2017. În sectorul bugetar câștigul salarial mediu lunar a constituit 6094,8 lei (+18,0% față de trimestrul IV 2017), iar în sectorul economic (real) – 7337,3 lei (+13,0% față de trimestrul IV 2017). Cele mai mari salarii se atestă în continuare în domeniul informației și comunicații. Retribuțiile din acest sector au crescut cu peste 11 la sută, până la 14.200 de lei. Salariile angajaților în activități financiare și de asigurări - circa 12.000 de lei, la fel în creștere cu peste 11 la sută, dar și ale celor din domeniul producției și furnizării de energie electrică și termică, gaze, apă caldă - peste 11.300 de lei (+6,6 la sută). Din cealaltă parte, cele mai mici salarii sunt ridicate de angajații din agricultură, silvicultură și pescuit, activități de cazare, alimentație publică și învățământ. Salariile nominale brute ale acestora au fost între 4500 și 4750 de lei. Corespunzător veniturilor disponibile se formează și preferințele, deprinderile, atitudinile consumatorilor față de nivelul calitativ și prețurile produselor.

3. Informațiile Biroului Național de Statistică arată că veniturile populației în 2018 au constituit în medie pe o persoană pe lună 2383,1 lei, fiind în creștere cu 6,2% față de anul precedent. În termeni reali (cu ajustarea la indicii prețurilor de consum) veniturile populației au înregistrat o creștere de 3,1%.

Cheltuielile medii lunare de consum ale populației în anul 2018 au constituit în medie pe o persoană 2407,9 lei, fiind în creștere față de anul precedent cu 7,0%. În termeni reali (cu ajustarea la indicii prețurilor de consum) populația a cheltuit în medie cu 3,9% mai mult comparativ cu anul 2017.

Cea mai mare parte a cheltuielilor este destinată pentru necesarul de consum alimentar – 43,8%. Comparativ cu statele dezvoltate acest % este mult superior și reflectă situația consumului relativ scăzut în genere și de un nivel calitativ mai jos, precum și consum scăzut la produse nealimentare și servicii. Pentru întreținerea locuinței o persoană în medie a alocat 18,2% din cheltuielile totale de consum, iar pentru îmbrăcăminte și încălțăminte – 10,7%. Celelalte cheltuieli au fost direcționate pentru serviciile de sănătate (5,1%), comunicații (4,6%), transport (4,0%), dotarea locuinței (3,8%), învățământ (0,5%).

Concluzii: În condițiile unei societăți informaționale, bazate pe cunoștințe, consumatorii sunt bine informați, pretențioși, dorind să aleagă cea mai bună alternativă de consum pentru a-și satisface la maxim necesitățile, cu minim de resurse și în condiții de transparență tot mai mare. În zilele de azi,

alternativele sunt foarte mari, oferta este diversă, opțiunile sunt extrem de multe, schimbările și inovațiile sunt la ordinea fiecărei zile, să faci o alegere rațională a celei mai bune alternative este aproape imposibil și chiar stresant în condițiile resurselor economice limitate. De aceea marketerii trebuie să cerceteze prețurile de acceptabilitate a diferitor categorii de consumatori și să efectueze o mai bună corelare între calitatea produsului, prețurile stabilite și statutul economic al consumatorului, promovând oferte care să atenueze impactul negativ al influenței factorilor economici asupra consumatorilor mai puțin solvabili.

BIBLIOGRAFIE

1. <http://tv8.md/2019/04/01/grafic-cei-mai-multi-bani-provin-din-salarii-si-se-duc-pe-mancare-de-unde-au-bani-moldovenii-si-pe-ce-ii-cheltuie/>;
2. [https://www.academia.edu/35022826/ACADEMIA_DE_STUDII_ECONOMICE_DIN_MOLDOVA_Comportamentul_de_consum_al_studen%C8%9Bilor_%C8%99i_particularit%C4%83%C8%9Bile_lui](https://www.academia.edu/35022826/ACADEMIA_DE_STUDII_ECONOMICE_DIN_MOLDOVA_Comportamentul_de_consum_al_studen%C8%9Bilor_%C8%99i_particularit%C4%83%C8%9Bile_lui;);
3. <https://sputnik.md/economics/20151022/2564267.html>;
4. <http://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=6266>.

SECȚIUNEA III: Managementul și sustenabilitatea afacerilor în sec. XXI

ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AMONG BUSINESS AND ADMINISTRATION STUDENTS OF ASEM

INTENȚIILE ANTREPRENORIALE ALE STUDENȚILOR FACULTĂȚII DE BUSINESS ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR DIN ASEM

Conducător științific:
SOLCAN ANGELA

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: ansolcan@ase.md

Autor:

CIURARI MIHAELA

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: mihaela.w1512@gmail.com

Abstract. *It is well-known that today's youth are the future of a country. Youth are creative, innovative, ambitious and primed to take risks. Do today's youth intend to become entrepreneurs, as the entrepreneurial intention is considered the first step of entrepreneurial career? In order to identify and evaluate youth's level of entrepreneurial intentions, it was realized a survey among 70 graduating students of Business and Administration Faculty of ASEM. According to the survey, the majority of students intend to become entrepreneurs after 5 years and not after graduation. The students consider IT, trade and public alimentation as the most attractive fields to launch an affair.*

Cuvinte cheie: *entrepreneurship, entrepreneurial intention, entrepreneurial behaviour, PULL factors, PUSH factors.*

JEL CLASSIFICATION: L26

Introducere

Prima etapă a carierei de antreprenor este considerată apariția intenției antreprenoriale. Conform Global Entrepreneurship Monitor, intenția antreprenorială poate fi definită drept acel „procent al populației, cu vârsta între 18-64 de ani, care sunt antreprenori latenți și intenționează să lanseze o afacere în următorii trei ani” [1, p.22]. Altfel spus, intenția reprezintă acea dorință a individului de a deveni antreprenor. Apariția intenției antreprenoriale este influențată de două categorii de factori: PULL (abordînd antreprenoriatul ca libertate și vocație) sau PUSH (abordînd antreprenoriatul de nevoie). Sub influența acestor factori, persoana manifestă intenția de lansare în afaceri, ulterior aceasta adoptă și un comportament antreprenorial manifestat prin realizarea unor acțiuni concrete pentru ca, în final, să devină antreprenor. Nu întotdeauna manifestarea intenției antreprenoriale are ca finalitate cariera de antreprenor.

Metode de cercetare utilizate

În scopul identificării și evaluării nivelului intențiilor de lansare în antreprenoriat a fost realizat un sondaj în rîndul a 70 de absolvenți ai Facultății de Business și Administrare din ASEM. În cadrul cercetării au fost stabilite următoarele obiective: 1) determinarea proporției tinerilor care își doresc să devină antreprenori imediat după absolvire și, ulterior, după cinci ani; 2) identificarea motivelor și barierele percepute de studenți pentru a lansa afaceri; 3) determinarea măsurii în care disciplinele din programul de învățămînt din ASEM au contribuit la dezvoltarea abilităților antreprenoriale. Pentru prelucrarea datelor a fost folosit pachetul de programe SPSS 25.

Rezultatele obținute

Sistematizînd rezultatele, profilul general al participanților la sondaj este reprezentat de 64,29% absolvenți și specialității de Business și Administrare, 28,57% absolvenți ai specialității de Marketing și Logistică și 7,14% studenți ai specialității de Achiziții. Fiind absolvenți ai Facultății de Business și

Administrare, studenții pot alege opțiunea de a deveni antreprenori. Printre motivele ce i-ar determina să aleagă această orientare profesională, respondenții au menționat, în primul rând, siguranța financiară, apoi dezvoltarea ca personalitate, realizarea propriilor vise, posibilitatea de a fi propriul șef și, în final, obținerea

unor venituri mai mari. Astfel componenta financiară constituie o importanță mai mare, urmată apoi de componenta emoțională, manifestată prin dezvoltarea ca personalitate și realizarea propriilor vise.

Adoptarea deciziei de a fi antreprenor nu este influențată prea mult de ocupațiile părinților. În baza răspunsurilor s-a constatat că imediat după absolvire, marea majoritate a studenților își văd cariera în calitate de angajați la întreprinderile părinților sau a persoanelor străine, și, într-o proporție mai mică în calitate de succesori sau liber profesioniști, indiferent de ocupațiile părinților. Peste 5 ani, fie că au părinți antreprenori sau părinți ce nu sunt auto-angajați, studenții se văd drept antreprenori și, într-o proporție un pic mai mică – angajați. În cazul în care și-ar lansa afaceri, 62,86% dintre aceștia ar alege domeniul de prestare al serviciilor și 8,57% și-ar lansa afaceri în domeniul de producere, iar 28,57% dintre studenți nu au menționat un domeniu.

În rândul obstacolelor de a lansa o afacere, respondenții au menționat corupția drept un impediment major, urmat de lipsa capitalului inițial, sistemul legislativ nu tocmai favorabil, lipsa experienței și insuficiența cunoștințelor, cât și riscurile prea mari generate de crearea unei afaceri.

Per total, 51,43% dintre studenți consideră că percepția față de antreprenoriat s-a îmbunătățit în ultimii ani (în particular 28,57% dintre cei care sunt/au fost angajați, 1,43% dintre cei ce desfășoară activitate de antreprenoriat și 21,43% dintre respondenții ce nu sunt angajați au declarat acest fapt). 18,57% dintre studenți au menționat că nu se pot pronunța asupra acestei afirmații, 24,29% dintre respondenți au declarat că situația a rămas neschimbată și doar 5,71% dintre absolvenți au menționat că situația s-a deteriorat. La nivel de cultură și mentalitate, 31,42% dintre studenți au o viziune pozitivă, iar 30% dintre ei au adoptat o poziție neutră referitoare la faptul că mentalitatea societății moldovenești este favorabilă activității de antreprenoriat. Aceeași tendință se observă și în cadrul altei afirmații. 40% dintre studenți sunt de acord cu faptul că a fi antreprenor merită toate eforturile în ciuda riscurilor, iar 37% dintre respondenți au o atitudine neutră.

Universitatea are un rol semnificativ în stimularea intenției antreprenoriale. Conform rezultatelor studiului efectuat, 95,71% dintre studenți susțin că și-au dezvoltat abilitățile de antreprenor în cadrul disciplinelor universitare predate în ASEM. Cele mai multe discipline clasificate ca fiind importante la dezvoltarea abilităților de antreprenor au fost cele antreprenoriale, manageriale și financiar-contabile.

Istoriile de succes ale antreprenorilor autohtoni și străini joacă un rol important în stimularea interesului față de mediul antreprenorial. Cel mai popular antreprenor autohton în rândul studenților este Ruslan Cojocar, urmat de câțiva politicieni, dar și de alți oameni de afaceri precum Adrian Lazarencu, Dumitru Slonovschi, Valentina Vidrașcu, Otilia Drăguțanu, etc. Steve Jobs rămîne a fi unul dintre cei mai memorabili antreprenori străini, urmat de Bill Gates, Elon Musk, Mark Zuckerberg, Lorand Soares, Richard Branson și alții.

Concluzii

Dorința tinerilor de a deține o afacere proprie sau de a crea o afacere este condiționată de o serie de factori, printre care siguranța financiară, dezvoltarea ca personalitate, realizarea viselor, posibilitatea de a fi propriul șef, etc. Un rol important revenindu-i și educației antreprenoriale, astfel încît studenții susțin că și-au dezvoltat abilitățile antreprenoriale prin intermediul disciplinelor incluse în programele de studii din ASEM. Mentalitatea societății și cultura din Republica Moldova par a fi favorabile activității antreprenoriale doar în viziunea a 31,43% dintre respondenți, ceea ce justifică decizia tinerilor de a deveni antreprenori abia după 5 ani de la absolvirea studiilor. Printre domeniile cele mai atractive de lansare în antreprenoriat figurează domeniul prestării serviciilor (comerț, IT, alimentație publică, etc.), urmat de domeniul de producere (agricultura).

În scopul dezvoltării spiritului antreprenorial în rândul studenților ar fi indicat de a organiza mai multe activități practice precum: seminare conduse de antreprenori, întîlniri cu oameni de afaceri,

concursuri de business planuri. Aceste activități ar spori nivelul de implicare, facilitând socializarea și accesul la informațiile practice din activitatea antreprenorilor.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Global Entrepreneurship Research Association. *GEM Global Report 2017/2018*. Massachusetts, Global Entrepreneurship Research Association, 2018 [accesat 22 aprilie 2019]. ISBN-13: 978-1-939242-10-5. Disponibil: <https://gemconsortium.org/report/50012>

LEADERSHIP AND DIGITAL GENERATION

LEADERSHIP-UL ȘI GENERAȚIA DIGITALĂ

Conducător științific: HĂBĂȘESCU MARIANA
ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
+373 69378785
e-mail: mhabasescu@mail.ru

Autor: ZATÎC IULIANA
ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: iuliana.zatik.99@mail.ru

Abstract. *The development of modern society can not be separated from the application of information technologies, which are present in almost all spheres of activity of the population, organizations, central and local public administration bodies. That is why leadership always interacts with the digital generation, which constantly develops new skills and possibilities.*

It is a revolution that we live and strive for, each of us, at an individual and organizational level, to internalize it because in this way we will naturally move in the new environment. As soon as we have stopped joining the Digital word next to a business phrase, then we will know that we are truly "digital" leaders.

Key words: *Leadership; Digital Generation; Development; "digital" leader.*

JEL Clasification: M (M14-M15)

Leadership-ul înseamnă viziune, încurajare, entuziasm, dragoste, energie, pasiune, obsesie, consecvență, utilizarea simbolurilor, a fi atent la prioritățile altora, dramă adevărată (cauzată și de management), crearea eroilor la toate nivelurile, instruire, plimbări eficiente prin organizație și încă o grămadă de alte lucruri” (Tom Peters & Nancy Austin. *A Passion for Excellence. The Leadership Difference*. London: Fontana; 1986. p. 5-6).

Schimbările care remodelează leadership-ul companiilor sunt tehnologia, democratizarea accesului la informație prin Internet, tranziția de la caracterul fizic al muncii la cel bazat pe cunoaștere și formele de organizare ale companiilor, din ce în ce mai puțin ierarhizate.

Leaderii sunt de mai multe tipuri, precum:

➤ **Liderul participativ** – își va consulta întotdeauna toți managerii din subordine, le va cere părerea și va căuta sprijinul și acordul majorității. Orice decizie importantă va fi luată colectiv și democratic: opinia celor mai mulți va cântări cel mai greu.

➤ **Liderul instituțional** se bazează pe avantajul competitiv pe care i-l oferă funcția și pe siguranța pe care i-o oferă sistemul organizațional. Deși, dus la extrem, poate genera o formă birocratică de funcționare, leadership-ul instituțional face lucrurile să se întâmple.

➤ Un **lider delegativ** va căuta, în general, să delege responsabilitățile celorlalți, să împartă sarcinile cu echipa sa. Acest lider seamănă mai degrabă cu un dirijor de orchestră, care facilitează ca ceilalți să ia, în comun, o decizie.

➤ **Liderul situațional** este acela care îi ajută pe oamenii cu care lucrează să evolueze, în funcție de competențele și de nivelul la care sunt aceștia. În leadership-ul situațional, există patru niveluri de competență: beginner, coaching, supportive și delegative [1].

În era digitală, rolul liderului este definit de:

1) contribuția lui la tranziția către o organizație care face din cunoaștere principală materie primă;

2) atitudinea deschisă și capacitatea de a înțelege și anticipa impactul disruptiv al celor mai noi tehnologii din cele mai diverse domenii;

3) actualizarea cunoștințelor cu privire la avansul tehnologiei și valorificarea acestora prin trasarea direcției de dezvoltare a companiei;

4) abilitatea de a identifica cele mai noi tendințe care afectează diverse industrii și întreg ecosistemul de funcționare al companiei din a cărei echipă de conducere face parte (de la „big data” și „cloud computing” la automatizare și robotizare);

5) cunoașterea limitelor propriei competențe și extinderea câmpului de cunoaștere prin consultarea cu colegii și experții relevanți. Conștient de propriile limite, liderul se deschide către comunitate și face uitat modelul autoritar de leadership.

În condiții de presiune, angajații tineri vor avea tendința de a oscila între: – evitarea interacțiunii cu cei din jur (iritabilitate, scepticism și sensibilitate la critică, evitarea asumării responsabilității), – confruntare/intimidare (arroganță, manipulare, idei excentrice) și – control/submisivitate (derapaj în detalii și dependența față de autoritate.)

Una dintre nevoile principale ale generației digitale este vizibilitatea (recunoașterea), precum și feedback-ul constant și imediat. Tinerii până în 30 de ani preferă să lucreze într-un mediu plăcut și caută echilibrul între activitatea la birou și viața personală. Aceștia au nevoie de contact social frecvent și divers și preferă mediile de lucru non-conformiste. Generația digitală are o rezistență mai redusă la stres și presiune, sunt nerăbdători și mai puțin statornici, mai puțin atenți la detalii și tind să renunțe atunci când apar obstacole. [2]

Conform unui realizat de compania Russell Reynolds, liderii digitali comparativ cu cei tradiționaliști, sunt cu 34% mai inovativi, cu 32% mai intraprenoriali, cu 23% mai îndrăzneți, cu 21% mai extroverti digital, 16% mai agili în abordarea oportunităților de business. [3]

Concluzii. Răsăritul erei digitale nu înseamnă neapărat apusul leadership-ului în general, ci o reformulare importantă a celui pe care îl știm. Leadership-ul trebuie să se conformeze cu generația digitală pentru că până în 2025, ei vor reprezenta 70-80% din totalul forței de muncă, pe măsură ce generația actuală va începe să se pensioneze și să-și vadă de nepoți.

Generația digitală ne va scoate din zona de confort și va pune la încercări, vor modifica tot ceea ce celelalte generații au luat de bun până acum. Va trebui să avem argumentele la noi. Va trebui ca angajatorii să se adapteze generației digitale și va trebui s-o facă în timp real, în direct, nu în reluare. Altfel compania și business-ul vor avea de suferit.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Tipuri de leadership. Ce fel de lider ești? [accesat 18 aprilie 2019]. Disponibil: <https://revistacariere.ro/antreprenor/start-up/tipuri-de-leadership-ce-fel-de-lider-esti/>
2. 5 caracteristici ale leader-ului digital [accesat 18 aprilie 2019]. Disponibil: <https://valoria.ro/blog/5-caracteristici-ale-liderului-digital/>
3. Digitalizare și leadership [accesat 23 aprilie 2019]. Disponibil: <https://www.slideshare.net/ConstantinMagdalina/digitalizare-si-leadership>

ECONOMIA CIRCULARĂ ȘI RSC – DOI PILONI AI DEZVOLTĂRII DURABILE

Conducător științific: Larisa DODU-GUGEA, conf. univ., dr.
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
Telefon: + 373 79111333
e-mail: dodu_gugea@yahoo.com

Autor: Cătălina MELEGA
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: catalina.melega96@gmail.com

Rezumat. Conceptul de dezvoltare durabilă cuprinde toate formele și metodele de dezvoltare socio-economică care vizează în primul rând echilibrarea aspectelor sociale, economice și de mediu. Termenul a apărut cu mai mult de trei decenii în urmă, ca conștientizare a daunelor cauzate de factorul uman prin activitatea sa economică și nu numai. Dezvoltarea durabilă nu ar putea fi totuși realizată prin structura actuală de consum și exploatare a resurselor din cauza factorilor de risc globali, cum ar fi schimbările climatice, poluarea, resursele supraexploatare care, în absența unor politici naționale integrate de dezvoltare durabilă, vor avea un impact grav asupra mediului și respectiv al vieții omenești. Economia circulară, ca model economic inovativ cât și Responsabilitatea Socială Corporativă ar putea fi numite pilonii dezvoltării durabile întrucât implementarea lor ar duce nemijlocit la realizarea celor 17 obiective mondiale propuse de ONU.

Cuvinte cheie: *Dezvoltare Durabilă, Responsabilitate Socială Corporativă, Economie Circulară, Schimbări climatice, Factori globali de risc.*

Clasificatorul JEL: F63 Economic Development

INTRODUCTION

Les défis climatiques, la conservation de la biodiversité, la lutte contre la pollution, la gestion des déchets et les pénuries de matières premières sont aujourd'hui des problèmes mondiaux majeurs qui ont perturbé également le domaine d'affaires.

Poser la question de l'impact de l'activité de l'entreprise sur l'environnement résume l'inclusion de cette activité dans une perspective à long terme posant la question de l'équilibre des relations entre l'économie et l'écologie. La dégradation de l'environnement causée par l'activité humaine pose d'énormes risques économiques, sociaux, sanitaires et géopolitiques au monde.

Dans ce contexte, le concept de développement durable englobe toutes les formes et méthodes de développement socio-économique visant principalement à équilibrer les aspects sociaux, économiques et environnementaux.

CONTENU DE BASE

Le concept de développement durable est apparu il y a plus de 30 ans, lorsque les spécialistes ont compris que l'activité économique et, en général, le facteur anthropique cause le plus grand préjudice à la nature. Pour poursuivre le processus de développement, il est essentiel de faire davantage attention à l'environnement.

Pour la première fois, la notion de développement durable a été abordée dans le Rapport "Notre avenir à tous", également appelé le Rapport Brundtland, développé par la Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement de l'Organisation des Nations Unies en 1987. Selon ce rapport, "le développement durable est un mode de développement qui répond aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs." [1] Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de « besoins », et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir.

Le développement durable reconnaît l'interdépendance des systèmes environnementaux, économiques et sociaux, mais qui ne pouvait toutefois pas être réalisé avec la structure actuelle de

consommation et d'exploitation des ressources. Il existe des facteurs de risque globaux tels que le **changement climatique, la pollution, les ressources surexploitées**, qui, au défaut des politiques nationales intégrées de développement durable, auront de graves répercussions sur la vie.

Afin de lutter contre ces facteurs de risque, l'Assemblée générale des Nations Unies a défini en 2015 un ensemble de 17 objectifs mondiaux, appelés objectifs de développement durable: éradication de la pauvreté; lutte contre la faim; accès à la santé; accès à une éducation de qualité; égalité entre les sexes; accès à l'eau salubre et à l'assainissement; recours aux énergies renouvelables; accès à des emplois décents; bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable et encourager l'innovation; réduction des inégalités; villes et communautés durables; consommation et production responsables; lutte contre le changement climatique; vie aquatique; vie terrestre; justice et paix; partenariats pour la réalisation des objectifs.

S'engager vers la durabilité est un défi social et un défi mondial qui nécessitera des efforts de la part des gouvernements, de la coopération internationale pour mettre en place les meilleures pratiques pour encourager ces changements essentiels. En tant que nouveau paradigme de développement économique, **l'économie circulaire** présente des avantages environnementaux, économiques et sociaux importants à l'échelle mondiale. Le concept d'économie circulaire met en évidence l'idée de remplacer la «fin de vie» dans les pratiques de production et de consommation actuelles par la réduction, la réutilisation et le recyclage de produits et de matériaux dans les processus de production, de distribution et de consommation.

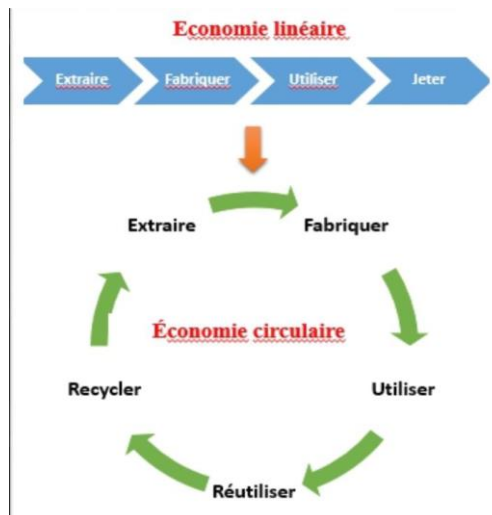


Figure 1: De l'économie linéaire à l'économie circulaire Source: *Élaboré par l'auteur [2]*

La promotion de la circularité vise à réaliser le développement durable et l'économie circulaire est liée à bon nombre des 17 objectifs de développement durable. Cela fait de l'économie circulaire le moteur et le premier pilier du développement durable.

Contrairement au modèle linéaire d'entreprise qui consomme et gaspille des ressources, l'économie circulaire a pour objectif de refléter l'écosystème qui ne laisse rien perdre. L'économie circulaire est une alternative «pleine de ressources» au modèle économique traditionnel linéaire «d'épuisement des ressources». L'économie circulaire a attiré l'attention au cours des dernières années et se caractérise par son caractère restaurateur et régénérateur. En d'autres termes, l'économie circulaire encourage l'utilisation du plus grand nombre possible de matériaux biodégradables dans la fabrication de produits afin qu'ils puissent retrouver la nature sans causer de dommages à l'environnement à la fin de leur vie utile.

Le deuxième pilier, mais non moins important, est la **Responsabilité Sociale des Entreprises**. Si l'économie circulaire est un modèle à adopter au niveau global, la RSE étant plus spécifique, peut être appliquée au niveau de l'entreprise, quelle que soit sa taille, petite, moyenne ou grande.

Pour la Commission européenne, «la RSE est un concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire».[3]

La RSE est un concept très large qui aborde de nombreux sujets variés tels que les droits de l'homme, la gouvernance d'entreprise, la santé et la sécurité, les effets sur l'environnement, les conditions de travail et la contribution au développement économique. La RSE a pour objectif de conduire le changement vers la durabilité.

Les nouvelles préoccupations et attentes des citoyens, des consommateurs, des pouvoirs publics et des investisseurs dans le contexte de la mondialisation et des mutations industrielles à grande échelle, et la prise de conscience des dommages causés par l'activité économique à l'environnement ont influencé vers l'évolution de la responsabilité sociale des entreprises.

La Conférence des Nations Unies sur le développement durable, Rio + 20 a reconnu la nécessité d'intégrer davantage le développement durable à tous les niveaux, en intégrant les aspects économiques, sociaux et environnementaux et en reconnaissant leurs liens, de manière à réaliser le développement durable dans toutes ses dimensions. La mise en oeuvre du développement durable nécessite la participation active des secteurs public et privé. C'est pourquoi il convient de prendre en compte l'importance de la responsabilité sociale des entreprises et des pratiques commerciales responsables.

Dans le cadre du Partenariat mondial pour le développement durable, le secteur des entreprises, allant des micro-entreprises aux coopératives en passant par les multinationales, doit contribuer à modifier les modes de consommation et de production non durables en investissant, en innovant, en créant des emplois et en respectant les normes internationales du droit du travail, des droits de l'homme.

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Toutes les activités économiques dépendent directement ou indirectement de la bonne gestion des ressources naturelles et de l'environnement, de la biodiversité et du bon fonctionnement des écosystèmes, des besoins en énergie et de l'impact du changement climatique.

Il est impératif d'encourager les comportements individuels et collectifs afin de se conformer à la réglementation existante qui cible différents acteurs publics, entreprises et citoyens, même pour aller de l'avant et plus rapidement que prévu. La mise en oeuvre d'approches environnementales repose sur la prise de conscience de la fragilité des ressources de notre planète et sur la nécessité d'élaborer des politiques efficaces et adéquates pour les préserver.

Par conséquent, il est nécessaire de parvenir à une approche globale ainsi qu'à une approche locale tenant compte de toutes les dimensions de la protection de l'environnement.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES:

1. LA COMMISSION MONDIALE SUR L'ENVIRONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT, Our common future. Oxford: Oxford University Press, 1987 p. 43.
2. COBUILDER , Article:” Circular economy, data, and the construction industry” available on <https://cobuilder.com/en/circular-economy/>
3. LA COMMISSION EUROPÉENNE, Commission Green Paper “Promoting an European Framework for Corporate Social Responsibility, 2001
4. UNITED NATIONS GENERAL ASSEMBLY, 2012, p 9
5. UNITED NATIONS GENERAL ASSEMBLY, 2015, p 8, p 14, p 28-29
6. VIRGINIA CÂMPEANU, Dimensiunea Globală a Dezvoltării Durabile, București, Ed. INCE Academia Romana, 2006, p. 14

REVOLUTION 4.0 AND ITS IMPACT ON INDUSTRIAL ACTIVITIES AND THE SOCIO-ECONOMIC LIFE OF SOCIETY

REVOLUȚIA 4.0 ȘI INFLUENȚA EI ASUPRA ACTIVITĂȚII INDUSTRIALE ȘI VIAȚA SOCIAL-ECONOMICĂ A SOCIETĂȚII

Conducător științific: GUȘUVATI ALIONA,
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: banari.83@mail.ru

Autor: CAMINSCHI OLGA,
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: olga.caminschi@mail.ru

Abstract. Nowadays, it is impossible to imagine the effective work of any enterprise without the introduction and active use of IT technologies and the Internet itself. Robotic production is the main element of the transformed industry, which day by day is increasingly integrated into the everyday life of the society and has a significant impact on it. This study allows to form a vision regarding the "revolution 4.0", as well as to identify ways of its influence on production and socio-economic activity.

Key words: Revolution, Change, Technology, Internet, Robotization, Influence, Individuality, Growth, Risk, Success.

ВСТУПЛЕНИЕ В настоящее время материальный мир соединяется с виртуальным, в результате чего рождаются новые киберфизические комплексы, объединенные в одну цифровую экосистему. Роботизированное производство и «умные» заводы — один из компонентов трансформированной отрасли. Становится всё более очевидным активное внедрение информационных технологий как в промышленную деятельность, так и в повседневную жизнь людей. В связи с этим всё более **актуальной** темой исследований становится изучение революции 4.0, её аспектов и характеристик.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ Для достижения поставленной цели были использованы такие библиографические источники, как: «Задачи менеджмента в XXI веке» Питер Друкер, «Бизнес со скоростью мысли» Бил Гейтс, а также различные электронные источники — как очередное доказательство тотального внедрения информационных технологий в повседневную жизнь.

В процессе исследования активно применялись методы индукции — формирование видения о четвертой промышленной революции, изучая при этом конкретные роботизированные предметы; и дедукции — анализ влияния революции 4.0 на предметы труда конкретного предприятия и на социально-экономическую жизнь общества в целом.

Индустрия 4.0, как и интернет вещей, — это не новые технологии, но принципиально новый подход к определению свойств всех человеческих вещей, а также методам их производства и потребления. Данная работа позволяет сформировать основное видение новой, четвертой революции, которая оказывает значительное влияние на производственный процесс, поскольку заменяет человеческий труд, позволяет производить новые виды продукции, а также расширяет спектр уже имеющихся.

Изменения, которые происходят в промышленности под воздействием информационных технологий, помогают значительно увеличить качество выпускаемой продукции и услуг. Это повышает лояльность и удовлетворенность клиентов. Производители также не остаются внакладе: новые подходы и бизнес-модели, которые рождаются в Индустрии 4.0, позволяют им больше зарабатывать, а значит, инвестировать в улучшение продукции. В итоге выигрывают все.

Четвертая промышленная революция означает все большую автоматизацию абсолютно всех процессов и этапов производства: цифровое проектирование изделия, создание его виртуальной копии, совместная работа инженеров и дизайнеров в едином цифровом

конструкторском бюро, удаленная настройка оборудования на заводе под технические требования для выпуска этого конкретного «умного» продукта, автоматический заказ необходимых компонентов в нужном количестве, контроль их поставки, мониторинг пути готового продукта от склада на фабрике до магазина и до конечного клиента. Но и после продажи производитель не забывает о своем продукте, как это было раньше в классической модели: он контролирует условия использования, может менять настройки удаленно, обновлять программное обеспечение, предупреждать клиента о возможных поломках, а под конец цикла использования — принимать продукт на утилизацию.

Так теперь производят все что угодно — от «умных» чайников и сковородок до смартфонов. В прошлом году Apple начала программу переработки старых айфонов: роботы разбирают их, снимают самые ценные детали, которые затем снова используются, остальное утилизируется, причем с минимальным вредом для внешней среды. Концепцию Индустрии 4.0 часто изображают в виде математического знака бесконечности — он иллюстрирует этот бесконечный цикл взаимодействия производителя с продуктом и с клиентом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ Трансформация производственной отрасли называется революцией именно потому, что изменения происходят не поверхностные, а радикальные: индустрия перестраивается сверху донизу. Меняются бизнес-модели, рождаются новые компании, всемирно известные бренды с долгой историей стираются с лица земли, если они не успевают влиться в ряды цифровых революционеров. Клиенты поменяли свое поведение, они хотят индивидуального подхода, уникальных товаров и никакого «ширпотреба».

Предприятиям, привыкшим производить одинаковые вещи, приходится перестраиваться. Внедрение принципов Индустрии 4.0 позволяет получить ряд преимуществ, недоступных в традиционных моделях прошлого.

Все эти процессы, помимо прочего, повлекут и сокращение рабочих мест. По прогнозу организаторов ВЭФ(всемирного экономического форума), к концу 2020 года в крупнейших развитых и развивающихся странах число рабочих мест уменьшится на пять миллионов единиц. При этом сокращения коснутся не только рабочих на заводах, на многих из которых производство уже сейчас в значительной степени автоматизировано, но и офисных сотрудников, а также занятых в сфере услуг. По данным исследования организаторов ВЭФ, в общей сложности мировой рынок труда потеряет около семи миллионов рабочих мест, две трети из которых - административные и офисные должности.

Благодаря развитию искусственного интеллекта и робототехники в мире появятся два миллиона новых вакансий. Предстоящие перемены негативно скажутся на занятости женщин, поскольку их заметно меньше среди представителей научно- и инженерно-технических специальностей и в сферах, связанных с математикой.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. П. Друкер *Задачи менеджмента в XXI веке.*: Пер. с англ.: - Москва: Издательский дом «Вильямс», 2004, 272 с.
2. Пармакли Д.М. *Экономика фирмы.* Кишинёв: «МЭА», 2003. 416с.
3. Внешняя среда организации
4. <https://port-u.ru/orgkakobiektupravleniya/vneshnayasreda> [Accesat 18.04.2019 17:50]

THE ROLE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE IN LEADERSHIP

ROLUL INTELIGENȚEI EMOȚIONALE ÎN LEADERSHIP

Conducător științific: HĂBĂȘESCU MARIANA
ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
+373 69378785
e-mail: mhabasescu@mail.ru

Autor: ROGAI IRINA
ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: irinarogai99@gmail.com

Abstract. *Emotions play a vital role in our lives as social creatures, it was proved that they have a major importance in leadership too. A good leader knows how to recognize and to manage his and his team emotions. A leader with emotional intelligence can be recognized due to the fact that he can control his disruptive emotions in stressful situations and that he can think clearly under pressure, because he has a deep self-knowledge. He also has social skills needed for a good interaction with team members, he knows when to collaborate, when to be just a spectator, when to listen and when to dominate, he creates a pleasant atmosphere and is flexible in some situations in order to bring prosperity and fantastic results to the company. Emotional intelligence can be described with 18 competences, and the good thing is that it can be trained with the help of Boyatzis' Theory of self directed learning.*

Cuvinte cheie: *Inteligență Emoțională, conducere, echipă, ameliorare.*

Actualmente mediul de afaceri suferă schimbări cu o viteză accelerată. Vechiul model de conducere impersonală devine inefficient, recunoașterea și canalizarea emoțiilor de către lider devin indispensabile pentru conducerea unei afaceri cu o reușită de durată.

Fiecare membru a unui grup se „molipsește” de emoțiile celorlalți, datorită naturii de ansă deschisă a sistemului limbic [1]. Emoțiile într-un colectiv se pot răspândi ca virusii, un studiu realizat de Yale University School of Management [3], demonstrează că nu toate emoțiile se răspândesc cu aceeași viteză, iar partea favorabilă este că anume buna dispoziție și entuziasmul se răspândesc cel mai ușor. Acestea îi fac pe oameni mai încrezători în abilitățile lor, mai creativi, mai predispuși de a lua o decizie și de a oferi ajutor. Pentru a consolida importanța emoțiilor pozitive, un alt studiu a fost realizat asupra 62 de directori generali și asupra echipelor manageriale de vârf, care reprezentau firme din compania Fortune 500 [4], acestea au fost evaluați după cât de optimiști, energici, hotărâți și entuziasmați erau. În urma studiului s-a constatat că, cu cât stare de spirit a echipei manageriale era mai bună cu atât aveau o colaborare mai productivă și rezultatele companiei erau mai bune.

Liderul are capacitatea maximă de a influența emoțiile tuturor, deoarece oamenii preiau indiciile emoționale din vârful piramidei, într-un fel, liderul fixează standardul emoțional [2], de aceea *stăpânirea unei inteligențe emoționale, care reprezintă capacitatea de a conștientiza, controla și folosi emoțiile noastre și pe a celor din jur, devine atât de vitală în leadership.*

Pentru a deveni un lider inteligent emoțional și abil în competențele necesare conducerii, avem nevoie de un model pe care să-l folosim ca un instrument de operare a schimbărilor necesare. Potrivit pentru acest rol este modelul de autoperfecționare a lui Richard Boyatzis, care constă din 5 descoperiri pe care trebuie să le urmăm.

1. **Sinele ideal** (*cum aș vrea să fiu?*), atunci când are loc relevarea viziunii ideale asupra persoanei dumnevoastră, vă simțiți motivat, iar această imagine va deveni combustibilul care vă va alina ambiția.
2. **Sinele real** (*Cine sunt eu?*), această descoperire este ca o cercetare în oglindă, cine sunt eu cu adevărat? Cum mă văd ceilalți? Care sunt convingerile mele profunde? Care sunt atuurile și lipsurile mele?
3. **Crearea unui program de autoperfecționare** (*ce? Și cum să fac?*), pentru ca schimbarea să aibă loc avem nevoie de un plan de acțiune.

4. **Experimentarea**, trebuie să experimentăm practic noile idei, sentimente și noul comportament, pentru a ne forma noi căi neuronale care ne vor consolida noul Eu.

5. **Construirea unor relații de încredere** în care ne vom antrena aceste competențe.

Daniel Goleman enunță că un lider inteligent emoțional are nevoie de 18 competențe pe care trebuie să le dezvolte consecvent (tabelul 1).

Tabelul 1.

Cadrul competențelor emoționale

Autocunoașterea	Stăpânirea de sine
• Autocunoașterea emoțională (înțelegerea propriilor emoții și recunoașterea impactului acestora) • Autoevaluarea corectă (cunoașterea propriilor atitudini și limite) • Încrederea în sine (aprecierea judicioasă a valorilor și capacităților proprii)	• Autocontrolul emoțional (ținerea sub control a emoțiilor și impulsurilor rebele) • Transparența (o sinceritate autentică, a acționa conform propeiilor valori) • Adaptabilitatea (flexibilitate) • Ambiția (dorița de perfecționare) • Inițiativa (a profita de oportunități) • Optimismul (faptul de a vedea partea plină a paharului)
Conștiința socială	Gestionarea relațiilor
• Empatia (percepere și înțelegerea emoțiilor celorlalți) • Conștiința organizațională (interpretarea tendințelor, a deciziilor executive și a politicilor la nivel organizațional) • Solicitudinea (observarea și întâmpinarea dorințelor subalternilor)	• Conducerea inspirată (îndrumarea și motivarea prin intermediul unei viziuni convingătoare) • Influența (persuasiunea) • Formarea altora (stimularea abilităților celorlalți prin feedback și îndrumare) • Catalizarea schimbărilor (mobilizarea celorlalți într-o direcție nouă) • Gestionarea conflictelor (soluționarea dezacordurilor) • Spiritul de echipă și colaborarea (cooperarea și consolidarea echipei)

Sursa: DANIEL GOLEMAN, RICHARD BOYATZIS, ANNIE MCKEE, *Inteligența Emoțională în Leadership*, p.76-77, Curtea Veche Publishing, 2018.

Inteligența rațională este o componentă bazică în bagajul de competențe a unui lider, dar inteligența emoțională este cea care definește un lider excepțional, care crează un climat de entuziasm și flexibilitate și aduce roade spectaculoase pentru companie. Or, nivelul inteligenței emoționale a liderilor este cel care determină eficiența cu care ei identifică, gestionează și canalizează sentimentele proprii și ale celor cu care relaționează, ajutând grupul să-și atingă obiectivele. Partea bună este că inteligența emoțională poate fi antrenată cu ajutorul teoriei de autoperfecționare elaborat de Boyatzis.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Reglarea sistemului limbic: THOMAS LEWIS, FARI AMINI, RICHARD LANNON, *A General Theory of Love*, Random House, New York, 2000.
2. Liderii gestionează sensul: HOWARD GARDNER, *LEADING MINDS: An Anatomy of Leadership*, Basic Book, New York, 1995.
3. SIGAL BARSADE, DONALD E. GIBSON, "Group Emotion: a View from the Top and Bottom", JAI Press, Connecticut, 1998.
4. SIGAL G. BARSADE, ANDREW J. WARD et al., "To Your Heart's Content: A Mode of Affective Diversity in Top Management Teams", *Administrative Science Quarterly*, 45/2000, pp.802-836.

LINKED IN

Conducător științific: GUȘUVATI ALIONA,
ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: banari.83@mail.ru

Autor: Bugar Nicoleta
ASEM, CNC, Republica Moldova, or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
nicoleta.bugar.10@gmail.com

Abstract. *The competitiveness sometimes is too rude, that is why it is important to know what are the right steps to achieve the job post we want. Nowadays, it is impossible to imagine the effective work of any enterprise without the introduction and active use of IT technologies and the Internet itself. Everyone wants a well-paid job, one that worths the time spend daily.*

Cuvinte cheie: *LinkedIn, profil, platformă, Internet, success.*

Cea mai extinsă rețea profesională din lume cu peste 576 de milioane de utilizatori. În peste 200 de țări și teritorii din întreaga lume. Aceasta este orientată spre mediul afacerii și are ca scop de a spori productivitatea și succesul oamenilor.

Au existat 5 fondatori ai acestei platforme: Jean-Luc-vailna, Guericke Constantin, Alley Blue, Eric Ly, Reid Hoffman.

A fost fondată în anul 2002, însă a început să funcționeze în anul 2003. La moment evaluarea pe piață a companiei este de 4.23 miliarde de dolari.

Datorită acestei platforme căutarea unui loc de muncă și transmiterea unui “CV” va deveni din ce în ce mai simplă.

Pentru început este nevoie să ne înregistrăm cu numele complet, fără prescurtări, de asemenea este nevoie să creăm lentă, în care vom putea publica diferite activități atât profesionale cât personale.

Un lucru foarte important este rezumatul (summary). Acesta trebuie să conțină 10-15 secunde pentru a atrage atenția cititorului

Evitați să vorbiți la persoana a treia.

Describe-te pe planul profesional și personal

Folosește din plin mass-media

De ce ar trebui să lucrezi în compania X,Y,Z?

Experiența pe care o dețineți de asemenea joacă un rol important în momentul când decidem să ne creăm “CV”, prin el accentuăm abilitățile de care dăm dovadă. Acesta poate fi scris într-un mod liber, folosind acuratețea și informația utilă.

O bună inițiativă poate aduce beneficii, pentru aceasta este bine să includem 10 competențe de bază, care ne pot aduce succes.

Studiile și recomandările, sunt o bună informație pe care o transmitem pe platforma LIKEDIN, în așa mod ne extindem gradul de profesionalism. Urmărind companiile care ne interesează vom putea observa scopurile și intențiile acestea pentru viitor. Este important să fim mereu la curent cu știrile din domeniul industriei.

Putem include idei în ceea ce privește leadership, bloguri sau articole care merită a fi publicate.

Dacă publicația este găzduită online, asigurați-vă că includeți adresa “URL” pentru a furniza informația direct.

Construiți rețeaua, în care veți putea crea conexiuni de gradul 1, în așa mod vor crește și conexiunile de gradul 2, 3.

Distribuiți informația de valoare, care conține:

- Conținutul “curat”
- Mesajele companiei
- Activități cheie ale companiei

Grupurile de asemenea joacă un rol foarte important în modul cum ne dezvoltăm, cu cine interacționăm, ce dorim să devenim. Grupurile vă ajută să vă îmbunătățiți marca profesională prezentând interesele și pasiunile dvs., din profilul.

Alăturarea și participarea în grupuri vă sporește vizibilitatea și oportunitățile de colaborare cu persoane cu interese similare.

Fiți la curent fie de pe telefonul mobil, fie desktop.

Un plus enorm al acestei aplicații este că aveți control asupra setărilor de confidențialitate. În așa mod noi ne putem simți în siguranță. De asemenea noi alegem persoane care dorim să ne vadă posturile:

Toată lumea - fie că sunt conectați sau nu

Rețeaua dvs. - conexiuni de gradul 1, 2 și 3

Numai tu - nimeni nu va putea să vă vadă actualizările

Vă recomand să aveți cel puțin o adresă personală "E-MAIL" și o adresă de serviciu înregistrată în contul dvs. LinkedIn. Asigurați-vă că e-mailul dvs. trimite adresa de e-mail "primară" pentru a primi e-mailuri de rețea la această adresă.

Platforma LINKEDIN deține o serie de servicii:

- Mesaje de la alți membri
- Actualizări și știri
- Notificări
- Mesajele de la LinkedIn
- E-mail individual

În concluzie deducem, că cu ajutorul serviciilor oferite de LINKEDIN vom putea găsi mai ușor un loc de muncă, ne vom putea dezvolta într-un tempou mai rapid. Interacționând cu alți membri ai acestui sit, vom putea cunoaște lucruri noi, vom fi mereu la curent cu știrile din industrie. Vom putea deveni mai buni, ținând cont de cantitatea și calitatea informației.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

- 1.<https://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>
- 2.<https://www.linkedin.com>
- 3.<https://business.linkedin.com/marketing-solutions>
- 4.<https://www.youtube.com/user/LinkedIn>

ANTREPRENORIATUL SOCIAL ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Conducător științific: conf. univ., IORDACHE SILVIA,
e-mail: silviordache7@gmail.com

RĂILEANU PARASCOVIA, anul II, specialitatea MRU,
ASEM, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: pasa.railean@mail.ru

Abstract. *With the concept of „Entrepreneurship” many of us understand just like a possibility to be an self engaged, to be your own boss, to have a power above someone, to get income and of course achieve own professional goals. It’s very difficult to renounce of all those, and to make “social interests” like a first priority. It takes so much courage, entrepreneur skills and the most important you need to have is “ Social Sensibility”. In Republic of Moldova people very often forget what “Social Entrepreneurship” means , but the biggest problem is that many of social entrepreneur don’t even know what that concept represent. Why is like that? Who’s fault is that? How can we solve this problem?*

Key words: *entrepreneurship, social interests, social entrepreneurship, social sensibility, barriers, social activities.*

JEL CLASSIFICATION: 030

INTRODUCERE.

Fiecare om este cunoscut cu conceptul de „antreprenoriat” și chiar are diverse oportunități și posibilități de dezvoltare în această direcție. Cu părere de rău nu toți cunosc și alte tipuri de antreprenoriat decât cel clasic, în capul mesei căreia stă „profitul”. Deaceia sunt de părere că studierea conceptului de „antreprenoriat social” merită o atenție mult mai deosebită, întru-cât are la bază lui alte principii și alte scopuri. Cercetarea respectivă are următoarele obiective:

- ✓ Definirea conceptului de „antreprenoriat social”, și prezentarea caracteristicilor diferențiale dintre „antreprenoriatul clasic” și „antreprenoriatul social”;
- ✓ Studierea fenomenului de antreprenoriat social în Republica Moldova;
- ✓ Depistarea barierelor ce stagnează dezvoltarea întreprinderilor sociale în Republica Moldova.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Antreprenoriatul social reprezintă activitatea continuă de fabricare a producției, executare a lucrărilor sau prestare a serviciilor în scopul obținerii de venituri pentru a fi utilizate în scopuri sociale, inclusiv pentru prestarea serviciilor sociale. Scopul antreprenoriatului social este soluționarea unor probleme sociale și creșterea gradului de ocupare a persoanelor aparținând grupurilor defavorizate.

Antreprenoriatul social contribuie la creșterea incluziunii sociale, crearea de locuri de munca, implicarea persoanelor aparținând grupurilor defavorizate în activități economice și facilitarea accesului acestora la resursele și serviciile sociale.

Principalele caracteristici ce delimitează conceptul de antreprenoriat clasic de cel social sunt:

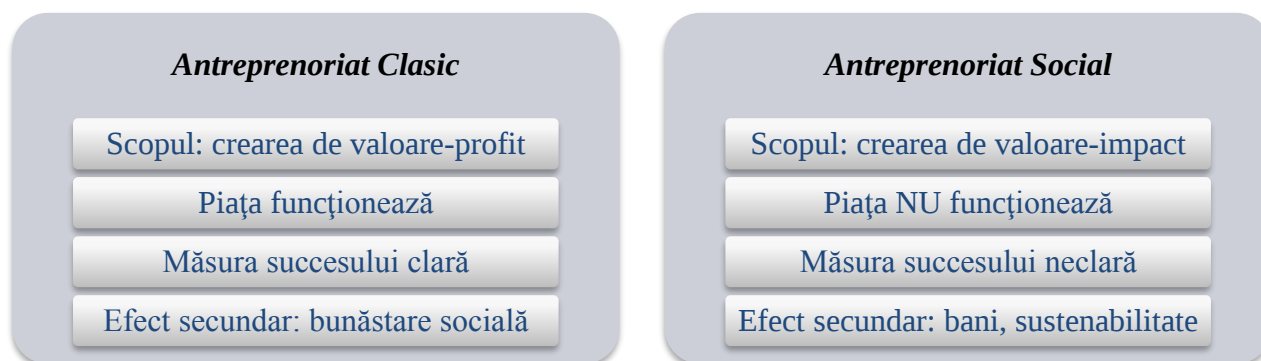


Figura 1. Principalele caracteristici diferențiale

Conform sondajului realizat de către Fundația Est-Europeană situația întreprinderilor sociale în RM este următoarea:

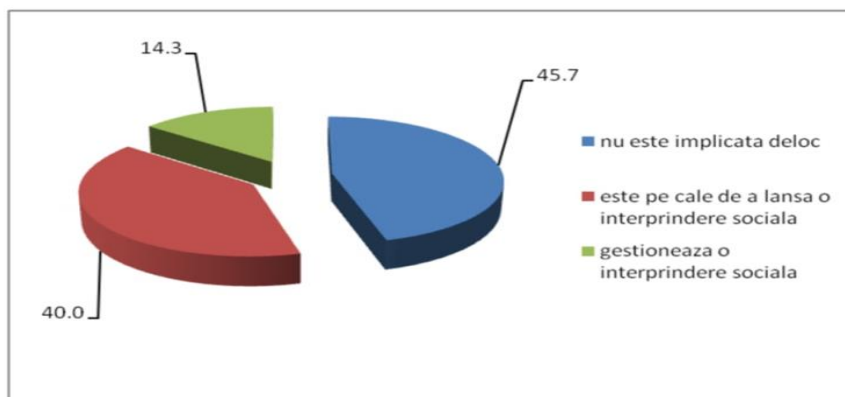


Figura 2. Implicarea întreprinderilor sociale în activitățile sociale

Rezultatele obținute prin chestionarul aplicat pe parcursul colectării datelor pentru acest studiu pune în evidență faptul că aproximativ jumătate din ONG-urile active din Republica Moldova

(45,7%) nu sunt implicate sub nici o formă în activități de antreprenoriat social. Barierele cu care se confruntă antreprenorii sociali molodenești sunt:

-  Legislația în vigoare;
-  Nivelul scăzut de înțelegere a antreprenoriatului social;
-  Acces limitat la finanțare;
-  Nivelul de competențe deținute, etc.

CONCLUZIE/RECOMANDĂRI.

Actualmente suntem în vremurile în care trebuie să punem accent pe oameni, pe mediul înconjurător, pe tot ce ne face viața mai bună. Și se poate de început cu principalul și anume statul trebuie să ia atitudine prin actualizarea legislației dar mai exact prin definirea acestui concept și acordare de facilități antreprenorilor sociali; promovarea activităților sociale cu scopul sensibilizării societății; efectuarea modificărilor în statul ONG-urilor etc. Doar într-o societate fericită vom fi fericiți.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Sondajul efectuat de fundația Est – Europeană: Realități și perspective, Chișinău 2013
<http://www.antreprenoriatsocial.md/media/files/Studiu-antreprenoriat-social-EEF.pdf>
2. Portal oficial – Antreprenoriat social <http://www.antreprenoriatsocial.md/index.php?l=ro>

RISKS AND OPPORTUNITIES OF ONLINE TRADE

RISCURILE ȘI OPORTUNITĂȚILE COMERȚULUI ONLINE

Patrașcu Ion

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
+37369013844

giovanni1975@mail.ru

Rogai Irina, Zatic Iuliana

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
+37379952712 +37378384776

Abstract: Digital technologies are constantly developing and people tend to comply with them. Ecommerce is the multitude of software and business processes necessary for business processes to operate, only or primarily, using digital data streams. The electronic business involves using the Internet, digital communications and software applications in the sales / purchasing processes, being a part of the e-business process. Broadly speaking, e-commerce is a concept that designates the process of buying and selling or exchanging products, services, information, using a computer network, including the Internet. People now choose to go home and shop on delivery without going over to the traditional shops. This facilitates our lives, gives us more free time, but also makes us ready to take risks of poor quality products and services

An objective look at e-commerce in the Republic of Moldova reveals the incipient state of its existence. There are still few virtual stores in the true sense of the word (web sites can order products). Many websites that claim to be e-commerce they only make the offer of the company and offer the necessary data to contact the company without giving the opportunity to order products and online payment. The main products marketed by the virtual stores in Moldova are computer equipment, hardware, software, household equipment, books and music.

Cuvinte cheie: Comerț online; Aplicații; Tehnologii digitale; E-commerce.

Clasificare JEL: M39

Introducere: Fiecare a doua persoană măcar odată a comandat ceva online, fie că a fost satisfăcut de comandă sau fie că nu.

Astăzi într-o lume tot mai grabită și tehnologizată, care este într-o permanentă criză de timp comerțul online este mai actual și mai bine venit ca oricând. Comerțul electronic - *activitate de întreprinzător a persoanelor fizice și juridice, de vânzare a bunurilor, executare a lucrărilor sau prestarea serviciilor, efectuată cu utilizarea comunicărilor electronice și/sau a contactelor electronice. (Art.4 Legea nr.284 privind comerțul electronic).* [1]

Înțelegând deja ce presupune comerțul online, acum putem să analizăm ce avantaje presupune el pentru unitățile economice.

Avantajele companiei

- extinderea zonelor de activitate pentru piețele naționale și internaționale - cu un capital minim, o companie poate rapid și ușor să-și localizeze clienții, furnizorii potriviți și cei mai buni parteneri de afaceri din lume;
- creșterea vitezei de comunicare;
- îmbunătățirea eficienței (datele sunt în format electronic, reducând astfel, de exemplu, erorile de tastare);
- reducerea inventarului și a managementului stocurilor;
- reducerea timpului dintre cheltuirea capitalului și primirea produselor/serviciilor;
- reducerea unor costuri de creare, procesare, distribuție, stocare, regăsire a informațiilor bazate pe hârtii (prin e-mail se reduc costuri privind mesageria)
- întărirea relațiilor cu furnizorii și clienții (site-ul Web conține informații actualizate, utile tuturor părților)
- o cale rapidă și modernă de furnizare a informațiilor despre companie (prin paginile de Web);
- canale alternative de vânzare (prin Web).

Avantajele cumpărătorului

- efectuarea rapidă de cumpărături sau alte tranzacții la orice oră, în orice zi;
- căutare rapidă de produse și servicii, cu posibilități de comparare a prețurilor și calităților potrivite;
- transport rapid a produselor, mai ales al celor digitale;
 - permite participarea clienților la licitații virtuale, la reuniuni electronice din comunitățile virtuale, unde au loc schimb de idei, de experiențe;
 - comoditate sporită;
 - facilitează competiția, având ca rezultat reduceri substanțiale.

Avantaje generale ale comerțului electronic:

- Internet-ul, mediul prin care comerțul electronic se realizează, este omniprezent, accesibil și ieftin;
- este redus timpul dedicat cumpărăturilor;
- pot fi adaptate schemele de plăți bazate pe card, deja existente;
- nu există limitări geografice;
- stocurile pot fi minimizate sau chiar eliminate prin procese de producție „just-in-time”. [2]

Limitările și dezavantajele comerțului electronic

- Există o lipsă de standarde universal acceptate pentru calitate, securitate și încredere în aplicațiile de comerț electronic. Lipsesc sisteme de securitate ieftine, standarde adecvate și protocoale de mare eficiență;
- Lipsa de securitate a cardurilor de plată;
- Accesul la Internet este încă scump pentru unele categorii de cumpărători, este inaccessibil în anumite zone rurale sau pentru anumite categorii de cetățeni, și/sau este inoportun pentru unii cetățeni prin cultura, religie sau comunități de viață;
- Gradul de informații referitoare la un produs poate fi uneori insuficient;
- Lipsa posibilității de a avea contact fizic prin simțuri (vazut, auz, pipait, gust, miros, etc) cu produsul dorit;

- Lipsa unei mulțumiri imediate față de majoritatea cumpărăturilor. O mare parte din satisfacția unui client constă în a avea și folosi produsul cumpărat imediat, lucru care nu se întâmplă când acesta nu soșeste timp de mai multe zile sau chiar săptămâni. [3]

Legea privind comerțul electronic în Republica Moldova :

Dreptul de a efectua comerțul electronic, se obține din momentul înscrierii la Camera Înregistrării de Stat a persoanei juridice sau a întreprinzătorului individual.

Legea conține și prevederi ce reglementează protejarea datelor cu caracter personal. La prelucrarea datelor cu caracter personal, furnizorii de servicii sunt obligați să respecte regimul de confidențialitate a datelor.

Agenția pentru Protecția Consumatorilor este autoritatea cu misiunea de a supraveghea respectarea normelor privind protecție consumatorilor în procesul de comercializare a bunurilor și serviciilor prin intermediul mijloacelor electronice.[1]

Actualmente, potrivit unui studiu al Biroului de Audit al Tirajelor și Internetului, peste 620 mii de moldoveni au cumpărat anul trecut produse și servicii de pe Internet. Dacă raportăm cifra la numărul total al populației (3,5 mil. cetățeni), doar 17,7% din moldoveni cumpără online. Totodată, dacă raportăm aceeași cifră la numărul total de utilizatori de Internet, observăm că ponderea este ușor mai ridicată, de aproximativ 36,6%.

CONCLUZIE:

Comerțul online se dezvoltă în progresie geometrică, inclusiv și în Republica Moldova.

Principalele obstacole care stau în calea dezvoltării afacerilor electronice în țară este piața restrânsă de care dispune. Piața moldovenească este una foarte mică pentru oportunitățile ce le-ar putea oferi astăzi Internetul deoarece acestea ar putea fi valorificate în mare parte doar în orașele mari precum Chișinăul sau Bălțiul. Deși comerțul online nu are o tradiție impunătoare în țară, este de datoria jucătorilor de pe această piață să își educe clienții ca să facă cumpărături de pe Internet.

SURSE BIBLIOGRAFICE:

1. Conceptul de comerț electronic și legile care pot fi verificate la link-ul <http://lex.justice.md/md/313078/>
2. Avantaje și dezavantaje ale comerțului electronic, care pot fi confirmate la link-ul <http://informatica.ase.ro/site/a140301/cap3.htm>, văzut la data 20.04.2019
3. Limitările comerțului online inspirate din link-ul <http://www.rasfoiesc.com/business/economie/comert/Avantajele-si-dezavantajele-co98.php>, examinat la data de 18.04.2019
4. Comerțul on-line se extinde și în Republica Moldova, însă destul de lent, expus în sursa <http://itmoldova.com/it-news-md/eco-comertul-on-line-se-extinde-si-in-republica-moldova-insa-destul-de-lent/>, văzut la data 21.04.2019

SECȚIUNEA IV: Tendințele marketingului modern

EVALUAREA RATINGULUI PROMOȚIONAL AL POSTURILOR TV DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN SCOPUL PLANIFICĂRII MEDIA

EVALUATION OF THE PROMOTIONAL RATING OF TV POSTS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA FOR THE PURPOSE OF THE MEDIA PLANNING

Conducător științific: SOLOMATIN ALA, conf.univ., dr.
Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Bănulescu-Bodoni 61
alasolomatin@yahoo.com

Autor: Arnaut Nelea, Pentelei Maria
Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Bănulescu-Bodoni 61
inelly1603@gmail.com
maria_pentelei@mail.ru

Abstract: *The emergence of television has had a huge impact on advertising. TV spots have become more and more illustrative and convincing in time, and people behind increasingly inventive spots. At the same time, however, buyers have become more demanding, but they want quality and exclusivity at the same time. But advertising has come to be so good that it can convince you today to buy a product that you do not need but to make you think it is essential to you.*

Key-words: *television, huge impact, buyers, time.*

JEL CLASSIFICATION: M31,O35

INTRODUCERE.

Televiziunea ca mijloc de comunicare promoțională a apărut la mijlocul secolului al XX-lea determinând o adevărată revoluție în domeniu. În prezent televiziunea atrage cele mai multe investiții din publicitate, datorită avantajelor pe care le prezintă. Ea este aptă să folosească optim un complex de mijloace: imagine, mișcare, sunet, lumină și text. [1]

CONȚINUT DE BAZĂ.

Publicitatea este o tehnică de comunicare nepersonală, ce presupune derularea unui demers complex de natură persuasivă, pentru a cărui realizare sunt utilizate instrumente specifice comunicării în masă, în măsură să provoace o presiune psihologică asupra publicului vizat. [1]

Formele publicității la televizor;

- *Spotul publicitar* (este un scurt mesaj publicitar audiovizual);
- *Clipul publicitar* (este un scurt film comercial, pe suport video, însoțit de o ilustrație sonoră, de obicei muzicală, difuzat la televiziune);
- *Publicitatea statică* (reprezentată de anunțurile ce apar în locuri unde se filmează, ca de exemplu inscripțiile de pe stadioane);
- *Productplacement* (adică apariția unui produs cu toate elementele sale - marcă, logotip, caracteristici - în cadrul unei emisiuni, a unui film etc);
- *Inforeclamele* (reprezentate prin reclamele TV care par să fie emisiuni cu durată de 30 de minute, dar care fac publicitate la anumite produse). [1]

Publicul țintă al reclamei

Mediul care cel mai bine transmite mesajul reclamei către noi, consumatorii, este cel tradițional, adică televiziunea – 76%. Aici, din această categorie, majoritate sunt reprezentați de femei, locuitori

ai mediului rural, regiunea de nord a Moldovei, cei cu vârsta cuprinsă între 40 și 50 de ani și peste 60 de ani, atât casnice cât și liber profesioniștii. [2]

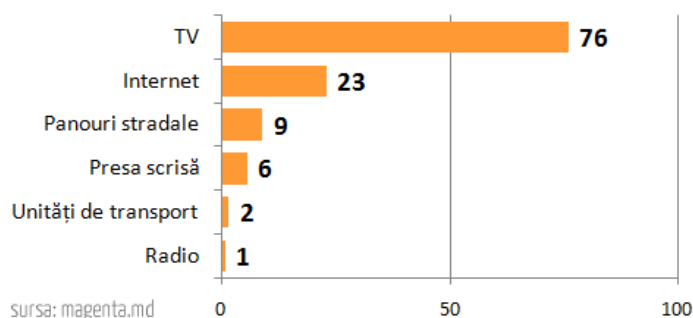


Figura.1 Mijloace de comunicare în masă unde publicitatea a fost observată, %
Sursă: Magenda.md [5]

Audiențele posturilor TV din Moldova

La comanda companiei de consultanță Poliexpert, operatorul de cablu Starnet, cu o cotă de piață de 25 %, a efectuat măsurarea audiențelor TV pe parcursul lunii decembrie 2017.

Astfel, monitorizarea efectuată de Starnet pe parcursul lunii decembrie 2017 arată că patru canale TV se află în topul audienței la nivel național urban: Prime, Jurnal TV, NTV Moldova și ProTV Chișinău. [3]

CONCLUZIE.

În municipiul Chișinău, acolo unde se înregistrează mai mulți telespectatori și, respectiv, cei mai mulți consumatori de publicitate, nivelul de audiență înregistrat este: [2]

- Prime cu 18,12% audiență medie zilnică.
- Urmează Jurnal TV cu 10,16%
- NTV Moldova cu 9,39%
- ProTV Chișinău cu 8,93%
- Canal 3 cu 7,11%
- RenTV Moldova cu 6,95%
- Canal 2 cu 5,08%
- Publika cu 4,34%
- TV8 cu 3,95%
- N4 cu 3,23%
- iar STS și Moldova 1 acumulează 2,98% și, respectiv, 2,62%.

Bibliografie

1. <http://www.rasfoiesc.com/business/marketing/Publicitatea-prin-televiziune-26.php>
2. <http://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii/publicitatea-avem-imunitate-sau-nu-recunoastem-ca-ne-atrage>
3. <http://curentul.md/stiri/audientele-posturilor-tv-din-moldova-masurate-la-comanda-poliexpert.html>
4. <https://deschide.md/ro/stiri/social/28058/SONDAJ--Care-sunt-cele-mai-preferate-posturi-TV-%C3%AEn-RMoldova.htm>
5. <http://consulting.md/rom/statistici-si-publicatii>

WORLD OF SOCIAL MEDIA AND REPUBLIC OF MOLDOVA

SOCIAL MEDIA ÎN LUME ȘI REPUBLICA MOLDOVA

Conducător științific: ALA SOLOMATIN, conf. univ, dr.,
Academia de Studii Economice a Moldovei, str.Bănulescu-Bodoni 61
alasolomatin@yahoo.com

Autor: Capșuna Elena, Cotruța Cristina
Academia de Studii Economice a Moldovei, str.Bănulescu-Bodoni 61
elenacom132@mail.ru
cotrutacristina@mail.ru

ABSTRACT: *In an environment where social networking occupies an average of 3 hours worldwide, it would be odd that this source is not redeemed at fair value. Probably in the future, promoting radio and newspapers and TV will lose some customers, and those who choose social media will be steadily growing due to the many benefits that most importantly is where you are where customers are your. Throughout the work I used the research method of the office analyzing the multitude of sources including the socialization platforms, through which we demonstrated the evolution, composition and notoriety of some of the most important platforms in Moldova and around the world.*

Key-words: *social networking, platforms, promoting, customers, evolution.*

JET CLASSIFICATION: M31, O35.

În jurul nostru spunându-se că online-ul este viitorul și întradevăr așa este. Pentru orice afacere, prezența în mediul online a devenit o condiție obligatorie dacă firma își propune să obțină profit. Comorilor. Motivul este simplu: clienții sunt în mediul online. Fie că vinzi produse sau servicii, firmelor sau persoanelor, clienții tăi sunt în mediul online. Lumea digitală este un instrument puternic, este secretul unei campanii bune, care constă în elaborarea unui mesaj potrivit pentru categoriile de public selectate, alegerea platformei potrivite și autenticitatea cu care povestești. Forța poveștilor determină publicul să vadă produsul sau serviciile pe care le oferi, dintr-un alt unghi.

CONȚINUT DE BAZĂ

Promovarea prin intermediul rețelelor de socializare, e-mail marketing, campanii Google Adwords sau blogosfera reprezintă doar câteva dintre metodele la care trebuie să apeleze o firmă la început de drum sau cu vechime în piață. Acestea sunt cuantificabile și se realizează cu diferite obiective de la creșterea notorietății până la creșterea vânzărilor.

Importanța marketingul online [1]:

1. ești acolo unde sunt și utilizatorii tăi frecvent;
2. măsori și controlezi mult mai bine;
3. buget accesibil de promovare;
4. opțiuni variate de promovare.

La momentul actual în Republica Moldova platforma social media de top este Facebook [2] care deține 1100000 abonați înregistrând o creștere de 20,8% față de anul precedent. Odnoklassniki [3] rămâne a fi și ea o platformă de top cu toate că a înregistrat o scădere de -8,7% față de anul precedent, la momentul actual ea deține 809148 abonați. Instagram [4] fiind o platformă mai nouă pe piața Republicii Moldova deja se încadrează în top cu 610000 abonați, înregistrând o creștere de 38,6%. Whatsapp [5] se clasează pe locul IV la nivel național reprezentând 208300 de abonați și o creștere de 36% față de anul precedent și ultimul dar nu mai puțin important este LinkedIn cu 174218 abonați și o creștere de 8,3%. Aproximativ 23,5% din cetățeni consideră că Internetul [6], inclusiv social media este una din principalele surse de informare. Cea mai activă este populația cu vârsta

La nivel global [7] componența persoanelor în social media este de 3,196 mlrd ceea ce reprezintă 42% din totalul populației Terra, rețeaua principală este Facebook cu un content de 2,23 mlrd, pe locul 2 la nivel internațional se clasează Youtube cu un content de 1,5 mlrd, după urmează Instagram cu 800 de mln și Tumblr pe locul 4 cu un content de 794 mln, în acest clasament nu se afla rețeaua Odnoklassniki. Navigarea pe rețelele social media se efectuează în mare parte de pe dispozitiv mobil reprezentând 68% din totalul utilizărilor. Cea mai mare concentrație al utilizatorilor internet de pe glob este în nordul Europei circa 94%, vestul Europei 90% și America de Nord 88%, cei mai puțini utilizatori sunt în centrul și estul Africii de 12 și respectiv 27% precum și în sudul Asiei 36%. Cea mai mare creștere față de anul precedent a fost înregistrată de către Arabia Saudită de 32%, India 31% și Indonezia 23%. La nivel internațional cei mai activi sunt bărbații ei reprezentând 56,7% din totalul utilizatorilor social media iar femeile 43,3%, vârsta cea mai activă este cuprinsă între 18-34 ani, iar cei mai pasivi sunt cei cu vârsta peste 65 ani.

Rețelele de marketing au avantajul că necesită un capital inițial relativ mic și oferă libertatea de a-ți organiza timpul, banii și activitatea așa cum dorești, ceea ce face ca ele să devină probabil cea mai bună opțiune pentru constituirea unei mici afaceri în secolul XXI. Social Media la etapa actuală este mediul unde se află toate componentele mediului de afacere, persoanele fizice, juridice, instituții,

2. <https://www.facebook.com/>
3. <https://ok.ru/>
6. <https://diez.md/>

STUDY OF CONSUMER PREFERENCES IN SELECTING RETAIL BUSINESS UNITS

STUDIUL PREFERINȚELOR CONSUMATORILOR ÎN SELECTAREA UNITĂȚILOR COMERCIALE CU AMĂNUNTUL (produse alimentare)

Profesor coordonator: Lect. univ. Saharnean Liliana

Autor: Postica Andrei MKL- 172

Email: apostica9@gmail.com

Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Banulescu-Bodoni 61

Abstract. Cet article a pour objet " La détermination de l'image et le niveau de compétitivité des réseaux commerciaux de produits alimentaires de la République de Moldavie"

Méthodes: L'Étude de sources secondaires a été effectuée pour identifier des zones de concentration (numéro et diversité) d'unités commerciales de produits alimentaires sur le territoire de la République de la Moldavie.

Enquête: Élaboration d'un questionnaire format online sur un échantillon de 92 personnes pour déterminer les raisons derrière le choix d'une unité alimentaire commerciale et unités commerciales avec le degré le plus haut de notoriété et compétitivité sur le marché de la République de la Moldavie.

Après cette étude, j'ai identifié

Top 3 types d'unités commerciales auxquelles les acheteurs préfèrent aller :

I - magasins de réseau; II - magasins de voisinage; III - marchés commerciaux.

Top 3 raisons de choisir l'unité commerciale:

I - placement aux alentours du logement; II - prix bas; III - marchandises fraîches.

Top 3 unités commerciales les plus populaires :

I – Nr.1 market; II – Linella; III – Green Hills.

Mots clés: Préférences; consommateurs; unités commerciales; raisons; compétitivité; notoriété.

JEL Classification: M3

Unul din factorii de bază ce determină veniturile și însăși menținerea pe piață a unității comerciale este fluxul de clienți. Astfel pentru a putea influența acest factor unitățile comerciale trebuie să cunoască preferințele cumpărătorilor atât la nivel de poziționare a mărfurilor, prospețime, calitate, preț cât și la nivel de poziționare geografică a unității. Prin urmare au fost stabilite următoarele obiective:

1. Identificarea motivelor ce stau la baza alegerii unei unități comerciale de produse alimentare;
2. Preferințele consumatorilor - element al competitivității, unităților comerciale autohtone.

Metodologia:

Pasul I - Studiul surselor secundare a fost efectuat sub formă de analiză a site-urilor ²întreprinderilor și hărților web ³actualizate pentru a determina zona cu cea mai mare concentrare și diversitatea unităților comerciale de produse alimentare. Ca rezultat a fost identificată zona geografică și populația supusă ulterior chestionării;

Pasul II – Studiul calitativ: Au fost interviewate individual 6 categorii de persoane: Elevii / Studenții; Angajații; Pensionarii; Casnicii; Întreprinzătorii și Liber profesioniștii. Scopul studiului calitativ era stabilirea criteriilor pe care le folosesc consumatorii în alegerea unui magazin, identificarea factorilor mai importanți pentru consumatori. "Studiul calitativ preliminar ne ajută să nu ometem factorii importanți pentru consumatori"⁴

Pasul III - Studiul cantitativ: Din datele colectate prin intervieware au fost extrase criteriile ce stau la baza alegerii unei unități comerciale au fost cuantificate și utilizate pentru crearea unui chestionar (la baza structurării și creării chestionarului a fost utilizat incluziv algoritmul "Cercetare cantitativă a imaginii magazinului")⁵;

² www.linella.md/markets www.nr1.md/ro/shops/

³ <https://www.google.com/maps/search/Magazine+alimentare/@47.0698697,28.6874222,9z>

⁴ Datculescu P. „Cercetări de Marketing”, Capitolul 21, pag. 386, „Metodologia”

⁵ "Cercetări generice asupra distribuției" / Chestionar, pag.386 – Dăculescu P. „Cercetări de Marketing

Pasul IV - Formatarea chestionarului din versiunea fizică în cea virtuală;

Pasul V – Prelucrarea, analiza și interpretarea datelor colectate.

În urma studiului surselor secundare am determinat că ~62% din unitățile comerciale de produse alimentare din Republica Moldova sunt plasate în orașul Chișinău. Astfel studiul cantitativ a fost concentrat pe unitățile comerciale de produse alimentare din această zonă și pe cumpărătorii acestor unități.

Analizând datele oferite de respondenți în urma completării online-chestionarului am stabilit că 81, 5% dintre respondenți preferă să efectueze cumpărăturile în magazinele de rețea, pe a doua poziție sau plasat magazinele de cartier și piețele comerciale cu 16,3%, și pe poziția III se află magazinele specializate (14,1%). Drept motive de bază pentru care majoritatea respondenților preferă să-și efectueze cumpărăturile la magazinele de rețea au fost indicate: Gama sortimentală variată (42,59%), prețuri relativ scăzute și produse proaspete (18,51). Chiar dacă majoritatea cumpărătorilor merg la magazinele de rețea pentru că acestea dețin o gamă sortimentală variată, 61.1% din respondenți obișnuiesc să efectueze cumpărăturile din mai multe unități comerciale cauza de bază fiind căutarea produsului dorit (52,9%). În ceea ce privește motivul frecventării repetate a aceeași unități comerciale cel mai des au fost evidențiate următoarele criterii: Amplasarea în apropierea locului de trai (58,70%), Prețurile bune (37%) și Marfa proaspătă (32,6%). Deci din ceea ce observăm elementul de bază în frecventarea repetată a aceeași unități comerciale este distanța față de locuință. De asemenea a fost determinat că 2/3 din respondenți frecventează magazinele alimentare de 2-3 ori pe săptămână evidențiând drept produsele de bază după care merg: fructele/legumele, produsele de lactate și produsele de panificație.

Pentru a determina unitățile comerciale cu cel mai înalt grad de competitivitate au fost analizate asemenea criterii ca: notorietate unității comerciale (întrebare deschisă „Numiți 3 unități comerciale de produse alimentare”) și popularitatea în efectuarea cumpărăturilor din anumite unități comerciale. Astfel pe prima poziție cu cel mai înalt nivel de notorietate se află „Nr.1 market”, pe poziția a II – a este rețeaua de magazine „Linella”, pe poziția III – magazinele „Fidesco”, pe poziția IV – „Green Hills” și pe ultima poziție magazinele „Fourchette”. După nivelul de popularitate în efectuarea cumpărăturilor își menține poziția de lider „Nr.1 market” în urma acestuia cu diferență de 12% se poziționează rețeaua de magazine „Linella” – locul II, pe locul III este poziționat „Green Hills”, locul IV – magazinele „Fidesco”, iar a V – a poziție o dețin magazinele „Fourchette”.

Concluzie: Luând în considerare concurența abundentă, pe piața actuală va câștiga acea unitate comercială ce va utiliza o strategie cât mai bine gândită. O strategie eficientă ia în calcul totalitatea factorilor de influență asupra activității unității comerciale, unul dintre cei mai importanți fiind consumatorii, care prin cumpărăturile efectuate votează pentru prosperarea unei sau altei unități. Astfel pentru a multiplica și a atrage un număr cât mai mari de cumpărători compania trebuie să aibă grijă de factorii ce influențiază pe cumpărători să selecteze o anumită unitate comercială și să-i utilizeze în folosul ei. În cazul nostru vorbim despre cei trei factori de influență a deciziei ce pot fi influențați de unitate: Sortiment variat dar și corespunzător cerințelor cererii, Prospețimea produselor, Amplasarea sa față de fluxurile dinamice de clienți (zone vii).

Recomandare: Pentru a analiza nivelul de satisfacere a clienților deserviți, pentru a determina cu ce mai poate fi completată gama sortimentală, unitatea comercială poate utiliza inclusiv și metoda anchetării. Astfel având șansa să creeze modificări înainte de a percepe pierderile materiale/financiare.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Datculescu P. „Cercetări de Marketing”, Capitolul 21, pag. 386, „Metodologia”
2. ”Cercetări generice asupra distribuției” / Chestionar, pag.386 – Dăculescu P. „Cercetări de Marketing”
3. www.linella.md/markets, www.nr1.md/ro/shops/
4. <https://www.google.com/maps/search/Magazine+alimentare/@47.0698697,28.6874222,9z>

WEATHER MARKETING - A NEW VISION ON PROMOTION

WEATHER MARKETING - O VIZIUNE NOUĂ ASUPRA PROMOVĂRII

Conducător științific: lector universitar, ECATERINA ȘIȘCAN
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Republica Moldova, mun.Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: ecaterinasiscan@yahoo.com

Autor: AURELIA RUSU
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Republica Moldova, mun.Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: aurelia.rusu98@gmail.com

Abstract. *The purpose of this research is to demonstrate the magnitude of the impact of weather conditions on consumer purchasing behavior and to provide pertinent examples of world brands that have managed to turn the outside weather into material benefits. The subject is current because it represents a new vision of the promotion of goods and services through all advertising tools and because by executing weather based marketing campaigns, brands can gain a real competitive advantage.*

Key words: *marketing, weather, promotion, advertising, sales, marketing tools.*

JEL CLASSIFICATION: M31, M37

INTRODUCERE.

Comportamentul consumatorilor față de branduri, produse și servicii sunt puternic ghidate de vreme. Pentru mărci și agenții, datele despre vreme sunt un instrument puternic pentru a favoriza comunicările și pentru a contextualiza anunțurile. Acest lucru este recunoscut în întreaga ecosistemă de publicitate digitală - cu o multitudine de tehnologii publicitare care utilizează posibilitățile de direcționare în funcție de vreme, ca parte a ofertei. Vremea este un motor universal al comportamentului de cumpărare al consumatorilor, determinând starea lor de spirit și receptivitatea față de mesajele de marketing. Ea are un efect direct asupra vânzărilor fiind responsabilă pentru aproximativ 30% din toate produsele și serviciile vândute.[1] Prin urmare, scopul acestei cercetări este de a prezenta esența și capacitățile weather marketingului din punctul de vedere al promovării online și offline.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Weather Marketing, "marketingul bazat pe vreme" sau "marketingul declanșat de vreme", este o formă puternică de automatizare a marketingului, care utilizează date meteorologice în timp real pentru a declanșa anunțuri și a personaliza mesajele de marketing în funcție de vremea locală a publicului. Astfel marketingul bazat pe vreme folosește factori meteorologici tranzitorii cum ar fi temperatura, umiditatea, viteza vântului și chiar cantitatea de precipitații ca o contribuție la campaniile de marketing, permițând unui client să servească cel mai potrivit anunț de produs sau serviciu. Platformele de Weather marketing permit agenților de publicitate să aplice cu ușurință automatizarea bazată pe vreme pe campaniile lor de căutare și afișare, transformând orice campanie publicitară obișnuită AdWords, Facebook sau Instagram într-o campanie care răspunde la condițiile meteorologice - declanșând anunțurile sau postările de social media pentru activare înainte, în timpul sau după evenimentele meteorologice localizate. De exemplu, o afacere ce se ocupă cu dezapezirea poate viza anunțuri către segmente de public care se află în zone în care a nins recent în cantități mari, iar cafenele pot promova o cafea fierbinte într-o zi rece și una răcoritoare, cu gheață într-o zi caldă.[2]

Relația dintre vreme și cererea de produse se întinde pe aproape orice domeniu, inclusiv:

- * Mâncare și băuturi
- * Imbrăcăminte
- * Călătorie
- * Divertisment
- * Sănătate și frumusețe

- * Produse farmaceutice
- * Produse pentru casă și grădină
- * Automobile
- * Energie
- * Asigurări.

Principalii actori de pe piața agențiilor de publicitate bazate pe vreme sunt: Skymosity, Fast Web Media, AdParlor, Weather Unlocked, AdShift, Ad-Pure, Planalytics și Robot AdWords. [3] Iar unele dintre brandurile internaționale care au reușit să transforme vremea de afară în bani datorită instrumentelor sus menționate sunt:

- a) **Burton** a integrat o aplicație online care a făcut referire la vremea locală a utilizatorului și a legat-o cu o recomandare de produs, reușind astfel o creștere de 11,6% a profiturilor.
- b) **Pantene** a difuzat anunțuri direcționate în funcție de vreme către consumatorii care se confruntă cu probleme ale părului, înregistrând astfel o creștere a vânzărilor cu 28%.
- c) **TUI** a sugerat execuții creative ale destinațiilor de vacanță "soare și mare" atunci când utilizatorii aveau parte de vreme ploioasă, înnorată, înzăpezită sau rece,
- d) **Lipton Ice Tea** a implementat o campanie cu conținut foto și video pe Facebook, ce era declanșată de temperaturile ridicate, ajungând la 6,9 milioane de persoane care au vizualizat videoclipul - ceea ce se echivalează cu 0,06 lire sterline per vizualizare.[5]
- e) **La Redoute** a creat un panou live cu senzori de vreme pe care era preinstalată o selecție de reclame care corespundeau diferitelor condiții meteorologice, modelul purtând mai multe sau mai puține haine în consecință, această campanie a generat o creștere cu 17% a vânzărilor în timpul desfășurării acesteia.[6]

Weather Marketingul rămâne a fi o metodă puțin exploatată de companiile din Republica Moldova, totuși posibilitățile acestei metode sunt multiple, iar veniturile obținute în urma utilizării ei sunt considerabile în raport cu investițiile relativ modeste.

CONCLUZII.

Weather Marketingul are un mare potențial, fiind una dintre cele mai bune metode de promovare ajutând brandurile să creeze cele mai rentabile campanii de publicitate prin difuzarea anunțurilor numai atunci când acestea se potrivesc cu vremea oferind un conținut personalizat, contextual, relevant și adaptat nevoilor clienților. Perspectivele dezvoltării unei astfel de forme a promovării sunt în creștere, așteptându-se ca tendința să continue, pe măsură ce noile tehnologii și aplicații caută să îmbunătățească capacitățile de direcționare a anunțurilor altor platforme sociale și rețele publicitare ce activează la nivel mondial.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

- *How Weather Affects Consumer Behavior and Purchase Decisions*. Disponibil: <http://www.weatherads.io/weather-marketing> (accesat la data de 03.04.2019)
- *Weather Marketing - Turn Weather Into Sales With Real-Time Weather Triggers*. Disponibil: <http://www.weatherads.io/weather-marketing> (accesat la data de 04.04.2019)
- *Ultimate Review of Weather Marketing Tools to Supercharge your Advertising*. Disponibil: <https://www.adwordsrobot.com/en/blog/ultimate-review-of-weather-marketing-tools-to-supercharge-your-advertising> (accesat la data de 05.04.2019)
- *Weather Marketing*. Disponibil: <https://slonovschi.com/weather-marketing/> (accesat la data de 05.04.2019)
- *5 Scarily Effective Weather-Triggered Ad Campaigns*. Disponibil: <http://www.weatherads.io/blog/2014/november/5-scarily-effective-weather-triggered-ad-campaigns> (accesat la data de 05.04.2019)
- *How Effective is Weather-Based Marketing? 4 Case Studies With ROI Stats*. Disponibil: <http://www.weatherads.io/blog/2014/august/how-effective-is-weather-based-marketing-4-case-studies-with-roi-stats> (accesat la data de 05.04.2019)

NEUROMARKETING: ART. SCIENCE. OPPORTUNITY

NEUROMARKETING-UL: ARTĂ. ȘTIINȚĂ. OPORTUNITATE

Conducător științific: dr., conf. univ., OXANA SAVCIUC
Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Bănulescu-Bodoni 61
ox.savciuc@gmail.com

Autor: VALERIA TAMAȘCIUC
Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Bănulescu-Bodoni 61
tamasciucvaleria@gmail.com

ABSTRACT: *The most successful companies spend time, emotion and money on their products, so no company wants their product, in which they have invested so much, to fail. That's why big corporations have turned to neuromarketing – a field that applies neuropsychology to marketing research. The goal of this paper is to help the reader to understand the real power of neuromarketing and how neuroscience can convince us to buy.*

Key-words: neuroscience, marketing, neuromarketing, brain, subconscious, consumer behavior

JEL CLASSIFICATION: M31, O35

INTRODUCERE.

La mijlocul anilor 2000, neuroștiința „întâlnește” marketingul; este momentul crucial când comunitatea globală cunoaște un nou concept, cel de neuromarketing. Termenul “neuromarketing” a apărut în 2002, când a fost brevetat de către **Prof. Ale Smidts** și după cum sugerează însăși denumirea, presupune decodificarea comportamentului consumatorului prin intermediul proceselor ce se produc la nivelul subconștientului, aplicând neuropsihologia cercetării de marketing.

CONȚINUT DE BAZĂ.

Demonstrat fiind că majoritatea informațiilor pe care le percepem și interpretăm cu ajutorul simțurilor sunt procesate în subconștient, creierul uman folosind doar 10% din energie pentru activitatea conștientă, reiese că procesul decizional și comportamentul nostru este determinat în proporție de 90% de emoții, care ne influențează atenția și reacțiile. Neuromarketing-ul, a devenit în acest sens, o armă mult mai puternică decât gândirea noastră.

Principiile care stau la baza neuromarketing-ului sunt cunoașterea gândurilor noastre și ulterior, activarea *butonului cumpărare*; Obiectivul neuromarketing-ului este și el la fel de simplu: înțelegerea principiilor de funcționare ale creierului și, ulterior, care ar fi efectele marketingului asupra consumatorului și procesului decizional.

În tot acest proces de studiu al comportamentului consumatorilor sunt utilizate câteva metode de bază de urmărire a activității creierului: imagistica prin rezonanță magnetică funcțională (fMRI), electroencefalografia (EEG), tehnica Eye Tracking, electromiograma, etc.

Toate aceste tehnici sunt folosite de marile companii în momentul lansării unui nou produs pe piață, în contextul rebranding-ului, al ambalajului, mărcii, etc. În funcție de reacția participanților, care poate fi una pozitivă, negativă sau neutră, se analizează și după necesitate, se modifică, câteva aspecte ce țin de culoare, dimensiuni, text, imagine, etc. Exemple elocvente de utilizarea a neuromarketing-ului ar fi Frito-Lay, care a apelat la compania NeuroFocus pentru a concepe ambalajul și reclamele pentru chipsurile cu conținut caloric redus, în vederea creșterii vânzărilor în rândul femeilor; Hyundai, care a utilizat neuromarketing-ul când cu participarea a 30 de oameni, prin intermediul EEG, a elaborat un nou prototip de mașină, după o examinare timp de o oră a subiecților și multe alte companii care prin intermediul tehnicilor de neuromarketing au adus schimbarea în produse, brand-uri, culori, imagini, schimbare urmată ulterior de beneficii economice net superioare.

Neuromarketing-ul are o influență extinsă asupra lumii de marketing, și pe lângă tehnicile complicate și costisitoare menționate anterior, marketologii au însușit și alte exemple fascinante ale neuromarketing-ului în acțiuni, tehnici care la prima vedere par lipsite de însemnătate, dar care ne

influențează atât de mult comportamentul de consumator...Printre acestea se numără *culorile, utilizarea unui ambalaj efektiv, setarea prețului corect, site-urile web, titlurile memorabile, etc.*

1. *Culorile.* Utilizarea eficientă a culorilor poate fi un excelent instrument de marketing, ori acestea pot evoca o gamă largă de emoții, studiile arătând în mod constant o legătură între anumite culori și anumite emoții; Color Marketing Group – compania care analizează și dă tonul culorilor la modă – are ca motto „Dacă un produs nu se vinde, atunci culoarea nu e bună”; pe bună dreptate, ori fiecare culoare are propriul impact asupra procesului decizional: roșul reflectă dorința și eleganța; albastrul inspiră încredere, stabilitate, ș.a.; verdele presupune sănătate și echilibru, în timp ce culorile auriu, negru, diferențiază produsele de lux și marca premium.

2. *Utilizarea unui ambalaj efektiv.* Indubitabil, majoritatea suntem atrași de ambalaje deosebit de atractive sau impresionante; Într-un eșantion de 30 persoane, cu vârsta cuprinsă între 18-29 ani, la întrebarea „Are ambalajul unui produs impact asupra procesului de cumpărare?” 96,7% din respondenți au răspuns *DA*. Rezultatul era unul evident, ori la întrebarea „Memorați mai des produsul, marca sau ambalajul”, 50% dintre respondenți spun că memorează anume ambalajul. Dacă ar fi totuși să facem referire la tendințele consumatorilor moldoveni în materie de ambalaj, majoritatea spun că preferă un ambalaj minimalist (61%). 19,4% optează pentru ambalaje handmade, în timp ce 22,4% oferă prioritate ambalajului colorat. În pofida faptului că suntem consumatori din spațiul ex-sovietic și că deseori dăm dovadă de un comportament ostentativ, doar 6,5% din respondenți au spus că aleg ambalaje cât mai pompoase.

3. *Setarea prețului corect.* Un exemplu al psihologiei prețurilor este puterea numărului „9”; Potrivit profesorului de marketing Eric Anderson, din cadrul Northwestern University „majoritatea clienților reacționează pozitiv la această strategie, astfel crezând că un preț de 9.99\$ este mai „atractiv” decât unul de 10”; Argument ar fi însăși eșantionul anterior și răspunsurile la întrebarea „Reacționați pozitiv la prețurile care se termina cu 9 (gen 19, 129,9 sau 79,99) sau nu au impact asupra deciziei ?” Am observat că majoritatea aleg în detrimentul cifrelor rotunde (48,7% au răspuns că reacționează *POZITIV*), totul pentru că cifrele complexe fac creierul să lucreze mai mult, convingându-l probabil că produsul cu preț complex este o decizie mai logică. Ba mai mult, rezultatele eșantionului arată că la întrebarea „cât de des ingorați acel <99> și percepți prețul ca fiind mai mic decât o unitate?”, au răspuns *deseori*;

Totul în contextul în care, la începutul sondajului, peste 80% din respondenți afirmă că se consideră a fi consumatori greu de manipulat. Paradoxal, ori în asta și constă toată frumusețea neuromarketing-ului, iar exemplele enumerate mai sus sunt doar o mică parte din această artă a studiului psihologiei umane și a influențării procesului de cumpărare.

CONCLUZII.

Astăzi, statisticile SBA arată ca aproximativ 30% din afacerile lansate eșuează după primul an de viață, 50% în primii 5 ani și 66% pe durata primilor 10 ani. Pe măsură ce producem tot mai multe date, accesul la amprenta informatică personală fiind tot mai facil, devenim din ce în ce mai bine înțeleși. Consider acest progres drept sursa unor multiple beneficii, ori pe măsură ce publicul larg va beneficia de produse concepute după bunul său plac, resursele naturale și umane irosite pe produse fără succes vor fi folosite mai eficient. Așadar, o bună înțelegere a comportamentului consumatorului și rafinarea tehnicilor de marketing ar putea duce la un consum mai prietenos cu natura, iar în condițiile globalizării aceasta devine condiția primordială a unei mărci de succes.

SURSE BIBLIOGRAFICE:

1. IONASCU, Cătălin, *Neuromarketing – decodificarea comportamentului consumatorului*.
2. www.impactbnd.com/blog/neuromarketing
3. www.smartinsights.com/digital-marketing--strategy/an-introduction-to-neuromarketing/amp/
4. PĂUNESCU, Ioana, CHIRILĂ, Ana, *Culorile care „ne sar în brațe”*, reportaj, pg.36-39
5. InCont.ro, *Artificiu de marketing. Prețuri care se termină în 99*, 16 decembrie 2012
6. <https://www.sba.gov/sites/default/files/Business-Survival.pdf>

THE IMPLICATION OF CUSTOMER EDUCATION ON CUSTOMER LOYALTY

IMPLICAȚIILE EDUCAȚIEI CONSUMATORILOR ASUPRA LOIALIZĂRII CONSUMATORILOR

Conducător științific: dr., REMEȘOVSKI NATALIA,
Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Bănulescu Bodoni 61
remesovski@gmail.com

Autori: BELIUȚA NICOLETA, DODON NICOLETA
Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Bănulescu Bodoni 61
beliuta.nicoleta@gmail.com, nicolidodon@mail.ru

ABSTRACT: *Nowadays increasing or gaining consumer confidence has become a major concern for all the companies. One of the most important factor of costumer loyalty is consumer education. Many studies have shown the strong effect it has on costumer confidence. In this article we examine how consumer education can build and enhance costumer loyalty.*

Key words: *consumer, consumer education, loialty, consumer loialty*

JEL CLASSIFICATION: M31, I25

INTRODUCERE.

Pe fundalul schimbărilor intensive ale mediului de afaceri și ca rezultat al efectelor crizei economice, creșterea sau recâștigarea încrederii clienților a devenit în ultimii ani o preocupare constantă a companiilor din lume. Eficiența eforturilor marketingului relațional în vânzarea de servicii și de produse este într-o mare măsură dependentă de motivarea clientului în a-și mări profunzimea relației cu organizația respectivă. Numeroase studii demonstrează impactul pozitiv al eforturilor de educare a clienților, în ceea ce privește încrederea acestora în serviciile sau produsele organizației respective, precum și faptul că, contrar așteptărilor, creșterea expertizei clienților nu afectează negativ loialitatea clienților.

O inițiativă de marketing educațional se află la polul opus al unei campanii tradiționale de marketing de tip „push”. Ea poate avea forma unui program educațional, profesional, dedicat menținerii clienților valoroși, care sunt informați asupra aspectelor importante sau tendințelor legate de interesele lor.

Scopul educării consumatorilor este să ajute la atingerea obiectivelor și demersurilor lor personale sau profesionale și nu să promoveze produse și servicii. De pe poziția marketingului societal adoptăm ideea conform căreia marketerii au o responsabilitate socială mai mare decât simpla satisfacere a clienților și oferirea unei valori superioare.

Marketingul educațional eficient aplică cele mai bune practici din teoriile învățării consumatorilor, astfel încât acestea asigură angajamentul clientului, succesul și satisfacția. În schimb, activitățile de marketing ar trebui să contribuie la bunăstarea generală a societății.

În general, educația pentru consumatori se referă la informațiile accesibile publicului, de care aceștia au nevoie, cu un conținut referitor la produse și servicii, astfel încât să se poată lua decizii corecte privind achizițiile. În cea mai mare parte această categorie de informații îi ajută pe consumatori să devină participanți activi în procesul de cumpărare și să-și înțeleagă drepturile. Pe de altă parte, crearea de valori pentru consumatori necesită integrarea resurselor companiei în procesul de creare-livrare sau cumpărare-consum.

În prezent educarea consumatorilor este echivalentă cu angajamentul, menținerea și dezvoltarea relațiilor cu clienții. Constatăm deci, o corelație între educarea consumatorului și loialitate. Sursele de specialitate dau diferite definiții loialității. Astfel, **loialitatea** clienților a fost inițial studiată din punct de vedere al atașamentului față de marcă. Însă, odată ce există diferență majoră între bunuri și servicii, studiile au dovedit că acest concept capătă conotații aparte în servicii, dată fiind

complexitatea și intangibilitatea acestora. Indicatorii cu privire la loialitate ating nivel mai ridicat în sectorul serviciilor comparativ cu sectorul bunurilor de larg consum. Aceasta este dezvoltată: 1. *sub aspect comportamental*, ce se suprapune accepțiunii de retenție și care este bazată de obicei pe indicatori cantitativi; 2. *sub aspect atitudinal*, care se încorporează în determinarea nivelului de loialitate, preferințele consumatorilor și dispoziția afectivă a acestora față de o marcă sau organizație.

Clienții loiali sunt cei care cumpăra mai mult, sunt mai puțin sensibili la preț. Costurile de retenție a unui astfel de client se amortizează pe o perioadă mai lungă de timp și sunt de asemenea avocații cei mai buni ai brand-ului, reprezentând o bază bună de referință pentru vânzări.

Nu se poate vorbi clar de niște instrumente ale loializării, ci mai degrabă de niște pași pe care fiecare companie trebuie să îi urmeze pentru a-și loializa clienții. Aflarea modului cum i-au decizia, ce știu consumatorii despre companie, produse sau servicii și cum gândesc clienții, ce-și doresc și de ce au nevoie, precum și factorii care îi determină să rămână sau să plece, reprezintă baza fundamentării sistemului de educare și principii în loializare. Acest aspect este vizibil în practica companiilor de top, care țin cont de rolul educării în loializare. Fapt demonstrat de experiența companiilor atât pe plan internațional, cât și național: **Compania Apple**, companie din domeniul tehnologiei computerelor, de reputație mondială cu performanțe în IT. Apple investește în educarea consumatorilor prin experiențele *hands on* în cadrul forței de vânzare, unde clienții pot simți produsele și pot vedea cum funcționează ele, de asemenea organizarea de ateliere de lucru care învață clienții cum să utilizeze produsele, cât și crearea și distribuirea de conținuturi utile ușor accesibile; **Compania Vizaje-Nica**, fiind unul din oficialii distribuitori a celor mai notorii brand-uri: Lancome, Giorgio Armani, Carolina Herrera, Chloe, Calvin Klien, Azzaro, Pupa, Bourjois ș.a., rețeaua de cosmetică și parfumerie se menține pe piață timp de 25 de ani. Compania educă consumatorii prin crearea de video-uri dedicate modului de utilizare corectă și crearea make-up-ului corect; **Compania Rusnac MoldAqua**, companie de îmbutelieri a apei potabile, inspiră consumatorii prin proiectul OM-activ - mod activ și sănătos de viață. Îmbrățișează strategia de educare a consumatorilor prin conținut util privind nutriția, antrenamentul și distracția. De asemenea creează evenimente cu antrenori internaționali și programe distractive atât pentru maturi cât și pentru copii; **Compania Darwin**, cel mai ambițios retailer de gadgeturi și smartphoane aplică educarea prin crearea proiectului Laboratorul Darwin cu emisiuni utile ce ajută clienții să facă alegerea corectă. Video-urile prezintă reviewuri, battleuri, unboxing, lifehackuri și prezentări la gadgeturi și aplicații. Astfel, consumatorii sunt mereu la curent cu tot ce se mișcă în lumea tehnologiei, oferindu-le siguranță în exploatare și beneficii.

CONCLUZII. Se poate afirma că implicarea consumatorilor într-o relație de afaceri și implicit loialitatea acestora, poate fi realizată mai facil prin educarea consumatorului, dar și permite consumatorilor să fie siguri de alegerea făcută. În cadrul acestui proces identificăm triada companie-personal-consumator, de interesul și implicarea cărora depinde rezultatul relației de afaceri. Educația consumatorilor este privită ca pregătire pentru luarea deciziilor. Beneficiile educării pentru clienți se referă la câștigarea încrederii clienților, contribuie la comunicarea onestității și la îmbunătățirea credibilității percepute. Pentru întreprinderi educarea consumatorului se referă la câștigarea încrederii clienților, aceștia devin mai deschiși spre colaborare, contribuie la comunicarea onestității, precum și contribuie la îmbunătățirea credibilității percepute.

SURSE BIBLIOGRAFICE:

1. Răbonțu Cecilia Irina, Rolul marketingul relațional în crearea loialității consumatorului de servicii financiar bancare, Analele Universității "Constantin Brâncuși" din Târgu Jiu, Seria Litere și Științe Sociale, Nr. 3/2012, pag. 2
2. Remeșovschi Natalia, Implicațiile educației consumatorilor asupra loialității clienților, Conferința Internațională "Performanțe într-o economie competitivă", ed. VI, 2019, 23-24 aprilie, IMI NOVA, Chișinău;
3. Bloemer Josée, Ko de Ruyter, Peeters Pascal,) "Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction", International Journal of Bank Marketing, 1998, Vol. 16 Issue: 7, pag. 276-286

4. Examining the effect of customer education on customer loyalty in business to-business context: An application on the pharmaceutical industry, https://marketing.conference-services.net/resources/327/4002/pdf/AM20140434_paper.pdf, accesat 15.04.2019
5. Robert Alexander J., State Consumer Education Policy Manual, January, 1979, disponibil on line: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED168926.pdf>, accesat 19.04.2019

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

TENDINTELE DE DEZVOLTARE A MARKETINGULUI DIGITAL IN REPUBLICA MOLDOVA

Cond.st.: Siscan Ecaterina

tel: 069303334, email: ecaterinașiscan@yahoo.com

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE A REPUBLICII MOLDOVA

str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61

Baba Dumitru

Tel: 078680444, email: baba_dumitru@mail.ru

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE A REPUBLICII MOLDOVA

str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61

Abstract: *The purpose of this research was to analyze the trends of digital marketing in Republic of Moldova. Digital marketing has become very important and popular among Moldovan companies, because the number of Internet users is steadily increasing.*

Cuvinte cheie: *digital marketing, social media marketing, facebook, stories, video, chat-bot, technology.*

În ultimii ani observăm o dezvoltare tehnologică fenomenală ce ne face să înțelegem ca lumea se schimbă și tehnologia preia puterea. Marketingul digital este marketingul produselor sau serviciilor care utilizează tehnologii digitale, în principal internetul, dar include și telefoanele mobile, publicitate grafică și orice alt mediu digital. El se referă deja nu la produsul tău, dar la clienții tăi, adică cei mai importanți pentru o întreprindere sunt consumatorii. În această perioadă câștigă cei care reușesc să transmită clar mesajul dorit către publicul dorit la locul potrivit.

Componentele ale marketingului digital sunt: Search Engine Optimization, Content Marketing, Social Media Marketing, Email Marketing, Pay Per Click, Affiliate Marketing. Reușind să combini toate aceste instrumente ale marketingului digital, poți implementa un plan strategic de marketing foarte bun

Instrumentele marketingului digital au un șir de avantaje dar și unele dezavantaje. Avantajul principal al marketingului digital este faptul că ajunge la o gamă foarte mare de audiență într-o perioadă de timp foarte scurtă. Marketingul digital permite marketerilor să economisească bani. Deoarece marketingul digital nu necesită o sumă mare de angajament financiar. Costurile sunt relativ scăzute decât așa-numitele canale de marketing tradiționale, cum ar fi televiziunea, ziarele, radiourile, bannerele, revistele etc. Unele site-uri web și profiluri de afaceri generează un trafic uriaș pentru absolut gratuit. Este o opțiune excelentă pentru comercianți de a-și răspândi afacerea în întreaga lume fără costuri ridicate. Folosind industria electronică, anunțul dumneavoastră va fi prezent în mod fizic 24 de ore pe zi, 7 zile pe săptămână și 365 de zile pe an. Prin urmare, anunțul dumneavoastră va fi întotdeauna în fața clienților vizați. Un dintre cele mai mari dezavantaje este faptul că marketingul digital depinde în totalitate de internet, dar cu părere de rău încă nu este peste tot internet și un toți consumatorii au încredere în reclamele online.

După cum este de așteptat marketingul digital a devenit foarte important și popular în rândul companiilor din Republica Moldova, deoarece un număr tot mai mare din populație are acces la internet. 64,4% din populația Republicii Moldova folosește cel puțin odată pe lună internetul, 47,7% din populație folosește internetul zilnic, iar 74% dintre utilizatorii au un smartphone conectat la

internet. În ceea ce ține de social media, în Republica Moldova ca și în alte 119 țări ale lumii cea mai utilizată rețea de socializare este facebookul. Datorită faptului că au apărut tot mai mulți utilizatori pe facebook întreprinderile și-au deschis pagini pe facebook pentru a-și promova produsele și

În 2019 pentru a avea succes în activitățile de marketing trebuie de ținut cont de următoarele tendințe: Stories, Conținutul vertical, Video marketing, Micro-comunități, Chat-boturile, Live video, marketingul

Stories – acestea au apărut pe instagram, dar ulterior au fost introduse și de facebook, youtube, whatsapp, etc. Cu ajutorul acestora fiecare întreprindere își arată produsele foarte rapid și accesibil, astfel încât, dacă consumatorului îi place postare de pe storie poate accesa sit-ul întreprinderii.

Conținutul vertical - tot mai puțin se utilizează laptopurile pentru a derula informația pe rețelele de socializare mare parte toți utilizează smartphonurile;

Video – în ultimii ani, video este cea mai importantă tendință a marketingului digital. Se prevede că în anul 2019 80% din conținutul online va fi sub formă video;

Micro-comunități – Nu se mai face share la anumite postări a produselor sau a reclamelor pentru toți, dar se selectează anumite persoane cărora li se adresează informația;

Chat-boturile – este o altă tendință a marketingului digital, prin intermediul acestora întreprinderile vor răspunde mult mai rapid la întrebările clienților din messenger, whatsapp, telegram, instagram, sit-urile web proprii;

Live video – conform unui raport elaborat de facebook, timpul zilnic de vizionare a acestor live video a crescut de 4 ori, deci este o tendință care se va menține și în 2019;

Marketingul personalizat – aceasta cred că este una dintre cele mai importante tendințe, deoarece consumatorii sunt bombardați zilnic cu mii de mesaje, prin urmare conținutul personalizat va căpăta importanță deosebită. Dacă întreprinderile și-ar promova produsele sau serviciile separat pentru diferite segmente de clienți vor avea doar de câștigat în 2019.

În Republica Moldova, instrumentele marketingului digital trebuie implementate treptat, prin acțiuni mici dar sigure. În prezent practic toate companiile care vor să supraviețuiască trebuie să se adapteze noilor instrumente ale marketingului. Marketingul a trecut într-o altă eră și anume în era digitală unde totul este mult mai ușor și mai accesibil.

BIBLIOGRAFIE

1. Radu Lisita, Andrei Fornea, Cristina Mocanu, Social Media Report 2019[online, pdf.], disponibil pe https://gallery.mailchimp.com/3b23f363248206ce95682f791/files/7e20263b-5bcf-4bf8-8e9c-c72619649177/Gramatic_Social_Media_Report_2019.pdf
2. LUCIA CASAP, OXANA SAVCIUC, Tendințele marketingului modern la etapa actuală: experiențe mondiale și locale, *Conferința Științifică Internațională "Competitivitatea și Inovarea în Economia Cunoașterii"* (22-23 septembrie, 2017), Volumul 1, Chișinău, Print ISBN 978-9975-75-890-1, P.49
3. Clodagh O'Brien, digital marketing, Digital Marketing Trends to Watch Out for in 2019[online], disponibil pe <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/8-digital-marketing-trends-to-watch-out-for-in-2019>
4. IGOR MELNIC, Particularitățile instrumentelor de marketing în vânzările online, *Culegerea de articole selective ale Conferinței Științifice Internaționale "Competitivitate și inovare în economia cunoașterii"*, 22-23 septembrie 2017, Chișinău, ISBN 978-9975-75-890-1, Volumul 1, pag.41-44
5. <https://bizz.club/marketing-digital-scurt-ghid-introductiv/>
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing
7. <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/social-media-marketing-trends-2019/>
8. <http://www.shoutersvoice.com/advantages-and-disadvantages-of-digital-marketing/>

METHOD OF RESEARCHING THE STRADAL PUBLICITY PHENOMENON AND THEIR IMPACT IN URBAN TRANSPORT INFRASTRUCTURE

METODA DE CERCETARE A FENOMENULUI DE PUBLICITATE STRADALĂ ȘI IMPACTULUI ACESTEIA ÎN INFRASTRUCTURA TRANSPORTULUI URBAN

Coordonator științific: dr., conferențiar universitar VACULOVSCHI ELENA
ASEM, Republica Moldova, mun. Chișinău, str. M. Bănulescu Bodoni 61, bl.A
e-mail: elenavaculovsky@yahoo.com

Autor: ȘAITAN LAURENȚIA
ASEM, Republica Moldova, mun. Chișinău
e-mail autor: lora.saitan@yahoo.com

Abstract. *Street or outdoor advertising in Chisinau in recent years is one of the most demanded but not one of the most aesthetic. So, we find two problems faced by public mechanisms:*

1. The local public administration of the city of Chisinau and its citizens are of the opinion that the billboards create a visual discomfort (but not the artistic drawings on the city or asphalt blocks)

2. When the billboards are demolished, there are long-standing legal processes, because by dismantling them, human rights violations occur - through restriction to information and free access to it.

In order to regulate the situation created, it is necessary to create a marketing and sociological research that would help to make a decision but also to solve conflicts in order to reach a common denominator between private enterprises and public mechanisms.

And last but not least we have to mention that the outdoors also have an impact on the transport infrastructure, which requires the creation of a discussion platform on the basis of data from the subsequent research.

Key words: *public administration, sociology, town planning, outdoor*

JEL CLASSIFICATION: R-10. R-41. Z-33.

Importanța și obiectivele studiului efectuat asupra cercetării fenomenului de outdoor

Publicitatea stradală, explicată de unii autori și denumită și outdoor sau publicitate exterioară este cel mai vechi mediu de reclamă din lume prin intermediul căruia se transmite mesajul publicitar către consumatori. Rolul outdoor-ului este prezentarea convingătoare a produselor către cumpărător sau utilizator. Acest tip de publicitate este prezentat sub formă de afiș sau panou publicitar și include reclame pe clădiri, în pietre, străzi, vehicule. Publicitatea exterioară din Republica Moldova a evoluat extrem de mult pe parcursul ultimelor decenii, lucru care se datorează în mod special tehnicii moderne, dar și libertății de exprimare concretizată după 1990. În prezent, se află într-o continuă creștere, însă depinde și de conjunctura economică.

În studiul fenomenului abundent de creștere a panourilor publicitare, am stabilit următoarele obiective pe care ar trebui să se bazeze o cercetare a acestui fenomen:

- ◆ Identificarea motivelor pentru care sunt plasate panouri publicitare;
- ◆ Identificarea persoanelor care sunt afectate de către panourile publicitare;
- ◆ Cauzele principale care cauzează dorința de a reține informația de pe panoul publicitar;
- ◆ Factorii care determină crearea unui marketing stradal;
- ◆ Gasirea unor soluții de prevenire a gunoștii vizuale;
- ◆ Stabilirea zonelor benefice pentru marketing stradal fără poluarea vizibilă a orașului.

Universul studiului efectuat, ipotezele și perspectiva fenomenului de publicitate stradală

Universul cercetării pe baza abundenței fenomenului de publicitate stradală v-a fi creat din persoane care au atins majoratul, care se specializează în domeniul urbanistic, arhitectural, designe dar și în cadrul unor instituții nonguvernamentale care ar putea exprima opinia pe baza unor sondaje vis-a-vis de către fenomenul în masă creat. Aceste persoane, instituții sunt potrivite deoarece își exprimă părerea sa obiectivă față de abundența de informație creată în ultima perioadă în municipiul Chișinău dar și în alte orașe ale țării.

Cercetarea de acest fel va fi una de scurtă durată, însă care va fi realizată în două etape și în 5 zone. Astfel, prima etapă va fi efectuată în perioada de vară, iar a doua etapă în perioada de iarnă, aceasta va permite ca persoanele să observe anturajul real pe care îl crează panourile. Zonele vor fi divizate pe sectoarele orașului Chișinău, Centru, Rîșcani, Ciocana, Botanica, Buiucani. Cercetarea va fi disponibilă tuturor persoanelor doritoare de a participa la anchetă, rezultatele fiind publicate oficial după analizarea și concluzionarea acestora fără eschivarea și fraudarea datelor obținute.

Volumul eșantionului va fi minim 3500 persoane în tot orașul dar și din afara acestuia, la fel se va încerca o tentativă de conlucrare cu turiști sau cu oamenii de afaceri la fel din alte țări. Grupa de cercetători va fi creată din mai multe persoane care fac parte din diverse instituții de cercetare sociologică, marketologic-economică dar și statistice. Iar cei care v-or chestiona v-or fi aleși persoane voluntare de circa 25.

Culegerea datelor va avea loc la domiciliu, locul de muncă. Persoanele mai mici de 18 ani vor fi intervievate doar cu acordul părinților.

Interviurile au ca ipoteze:

- ◆ Panourile publicitare sunt cele mai accesibile metode reclamare a unui produs, om sau orice alt ceva;
- ◆ Disponibilitatea fiecărei persoane la panourile publicitare ele fiind nerestricționate;
- ◆ Panourile publicitare crează o imagine vizuală plăcută asupra orașului, ele fiind décor.

Pentru perspectiva *marketingului* outdoorul pentru este un element important prin care se exprimă cele mai iscusite momente din cadrul unei campanii electorale, schimb de prețuri sau plasarea pe piață a unui nou produs.

Din perspectiva *economiei*, outdoorurile sunt unele dintre mai marile surse de venit pentru unele agenții de publicitate deoarece atât elaboarea unei astfel de reclame cât și plasarea acesteia costă scump.

Din perspectiva *amenajării teritoriale și infrastructurii* panourile publicitare sunt un impediment deoarece acestea rare ori când au o atracție vizuală prin construcția sa.

RECOMANDĂRI

Ancheta creată în studiul fenomenului de abundență de publicitate stradală ajută la realizarea datelor statistice privind predisponerea spre anumite acțiuni deviante. Ca metodă de investigare, ancheta va porni de la principalele dimensiuni și indicatori ai conceptului de marketing. Persoanele supuse anchetei vor fi, medici, inspectoratele de poliție și alte organe statele, cât și organisme nonguvernamentale, cât și oameni aleși la întâmplare, turiști, oameni de afaceri, cetățeni care locuiesc în apropiere de LEDuri, etc. Ca instrument de investigație se va folosi chestionarul ce va fi aplicat de către voluntarii de anchetă prin discutarea cu fiecare persoană anchetată. Chestionarul va cuprinde întrebări deosebit de importante pentru problematica stabilită. Majoritatea întrebărilor fiind ușoare și care nu blochează persoana intervievată.

În urma rezultatelor efectuate se va putea constata corectitudinea deciziei luate de către Consiliul Municipal Chișinău la data de 26 mai 2016 privind egalitatea în plasarea panourilor de toate agențiile pentru evitarea "cumătrizmului" și oferirea tuturor agenților economici aceleași drepturi de plasare a informației.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Legea Nr. 1227 din 27.06.1997 cu privire la publicitate
2. Regulamentul cu privire la amplasarea panourilor și dispozitivelor publicitare.
3. Consiliul Municipal cu privire la constituirea grupului de lucru pentru conceptul de amplasare a panourilor și dispozitivelor publicitare în municipiul Chișinău și operarea de modificări la Regulamentul cu privire la amplasarea panourilor și dispozitivelor publicitare.
4. IOAN ALEXANDRU, LUCICA MATEI *Servicii Publice*, București, Editura Economică, ISBN 973-590-394-6
https://ro.wikipedia.org/wiki/Publicitate_stradal%C4%83

SECȚIUNEA V: Comerț, Turism și Alimentație publică

OPORTUNITĂȚI DE DEZVOLTARE A TURISMULUI INTERNAȚIONAL ÎN COREEA DE SUD

ROMAN LIVANDOVSKI, conducător științific: Dr., conf. univ.

e-mail: roman_turism@yahoo.com

ZALENSCAIA ALEXANDRA, studentă, anul III, specialitatea: Turism

e-mail: zalenscaia.96@gmail.com

Academia de Studii Economice a Republicii Moldova,
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61

Abstract. *The purpose of this study is to demonstrate the competitiveness of South Korea's tourism resources, to analyze the evolution of country's international tourism as well as to explore the importance and effectiveness of tourism policy carried by Korean government to spur the growth of the tourism industry.*

Key words: *international tourism, tourism resources, international tourism receipts, international tourist arrivals, government policy*

JEL Classification: Z3, Z32, Z38.

INTRODUCERE

Republica Coreea, este situată în Asia de Nord-Est, în partea sudică a Peninsulei Coreene, cu o populație de 51 de milioane de locuitori, se învecinează la nord cu Coreea de Nord, la vest cu China și la est cu Japonia. Cu o lungă istorie de peste 5000 de ani, țara este un tezaur de cultură, artă și peisaje naturale. În ultimele decenii, Coreea de Sud, fiind o destinație turistică emergentă, a depus mult efort în atragerea vizitatorilor străini și diferențierea de vecinii săi prin crearea unui brand turistic unic. De remarcat este faptul că industria turismului în Coreea de Sud, măsurată în ceea ce privește sosirile internaționale, a crescut cu 50% în 2017 față de 2010, în același timp creșterea încasărilor din turismul internațional a constituit 30%, în perioada respectivă. [1] Mai mult decât atât, în 2016, numărul total de vizitatori internaționali pentru prima dată a depășit 17 milioane de turiști. Astfel, putem considera că campania de promovare a Coreei de Sud că o destinație turistică desfășurată de guvernul coreean poate fi cu siguranță un ghid de dezvoltare durabilă a turismului internațional.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Pentru a estima corect competitivitatea Coreei de Sud în ceea ce privește industria turismului este necesar de analizat evoluția turismului internațional al țării respective în ultimii ani, de explorat potențialul turistic și de studiat implicarea guvernului în promovarea produsului turistic și îmbunătățirea infrastructurii turistice. În acest context, am efectuat o analiză a turismului internațional în Coreea de Sud în anii 2010-2017 cu ajutorul a doi indicatori de primă importanță: sosirile turistice internaționale și încasări din turism internațional.

Tabelul I. Evoluția turismului internațional în Coreea de Sud în anii 2010 – 2017

Anul	Turism receptor (total turiști) (mln. turiști)	Încasări în turism internațional, (mlrd. \$)
2010	8.8	10.3
2011	9.8	12.5
2012	11.1	14.2
2013	12.2	14.6
2014	14.2	17.8
2015	13.2	15.3
2016	17.2	17.3
2017	13.3	13.4

Sursa: Elaborat de autor, în baza datelor disponibile pe site-ul e-unwto.org [online]. [citat 04 aprilie 2019].

Disponibil: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>

Din tabel, observăm că, în general, sosirile turistice internaționale au avut un trend pozitiv de creștere pe parcursul întregii perioade analizate, cu excepția anilor 2015 și 2017. Trebuie menționat faptul că, dacă în 2010 Organizația Mondială a Turismului a înregistrat 8,8 milioane de sosiri, numărul acestora a crescut la aproximativ 12,2 milioane în 2013 și aproximativ la 17,2 milioane în 2016. Însă, în 2017, numărul vizitatorilor internaționali a scăzut drastic cu 25,2% față de anul precedent, ajungând la doar 13.3 milioane de turiști [1]

În ceea ce privește volumul încasărilor din turismul internațional, se observă o tendință predominant pozitivă în toată perioada analizată, cu excepția anilor 2015 și 2017. În general, deși veniturile au scăzut cu 14% în 2015 față de 2014, și cu 25,2% în 2017 față de 2016, se poate observa că, volumul total al încasărilor a crescut cu aproximativ 30% în 2017 în comparație cu 2010. [1]

De asemenea, trebuie de menționat că, Coreea de Sud prin varietatea elementelor naturale, prin istoria bogată și cultura deosebită, ca și prin o abundență a arhitecturi budiste, dispune de un bogat potențial turistic care merită a fi explorat. Trebuie remarcat mai întâi că, 13 obiective din această țară sunt incluse pe lista patrimoniului mondial UNESCO. Mai mult decât atât, Republica Coreea, cu siguranță, dispune de o sursă nesfârșită de obiective turistice naturale și antropice care merită văzute și apreciate. Obiective turistice naturale - sunt numeroase, iar cele mai însemnate sunt: Insula vulcanică Jeju, înscrisă în întregime pe lista patrimoniului mondial UNESCO, numeroase zone montane renumite pentru frumusețea lor pitorească, plante rare și animale, păduri dense de bambus și chiparos, peșteri faimoase cu cascade imense și lacuri subterane, insule cu peisaje vulcanice și cadrul natural inedit. [2]

Obiective turistice antropice - sunt multiple, concentrate îndeosebi în spațiul așezărilor, dar și în afara acestora. Cele mai importante sunt: Palate regale cu o arhitectură uimitoare, muzee cu piese de valoare istorică și culturală inestimabilă, centre comerciale și de agrement deosebite, numeroase piețe tradiționale, parcuri naționale, care adăpostesc multe specii de plante și animale, festivaluri excepționale, plaje bine amenajate. [2]

Vorbind despre implicarea guvernului coreean în exportul brand-ului turistic de țară, putem afirma că el joacă un rol important în coordonarea acțiunilor de promovare turistică, amenajarea obiectivelor turistice și atragerea vizitatorilor străini. În 2017, Ministerul Culturii, Sportului și Turismului, a elaborat Strategia de dezvoltare a turismului internațional „Turism 2017-2021”, compusă din sarcini și inițiative specifice, pentru în primul rând a spori numărul vizitatorilor străini după scădere drastică în 2017 față de anul precedent. [3] Această strategie stabilește direcția de dezvoltare a industriei turismului în următorii cinci ani, timp în care se așteaptă îmbunătățirea infrastructurii turistice în majoritatea destinațiilor, apărarea piețelor majore (China, Japonia, SUA), pătrunderea pe piețe noi și emergente (Taiwan, Hong Kong, Thailanda, Malaezia, Rusia, Indonezia), promovând patrimoniul turistic prin diferite platforme online și elaborând pachete turistice distincte pentru diferite grupuri de consumatori. [4]

CONCLUZIE

În concluzie, luând în considerare faptul că potențialul turistic bogat al Coreei este sprijinit de o politică eficientă a guvernului în domeniul turismului, Coreea de Sud are multe oportunități de dezvoltare a turismului internațional.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. World Tourism Organization, UNWTO. Tourism Highlights 2017, Madrid: 2018 Edition, UNWTO. ISBN 978-92-844-1987-6
2. Korea Tourism Organization: Korea Travel Guide, 2014. [online]. [citat 5 apr. 2019]. Disponibil: http://english.visitkorea.or.kr/e_book/access-e/ecatalog_pt2.jsp?callmode=&catimage=&Dir=441&um=pt2&cpage=2
3. OECD Tourism Trends and Policies 2018, OECD Publishing, Paris. ISBN 978-92-64-28740-2
4. Korea's new, improved tourism marketing & development strategy to counter arrivals decline. [online]. Copyright. 2018, [citat 5 apr. 2019]. Disponibil: <https://www.travel-impact-newswire.com/2018/05/koreas-new-improved-tourism-marketing-development-strategy-to-counter-arrivals-decline/>

THE IMPACT OF THE INTERNET ON TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

IMPACTUL INTERNETULUI ASUPRA DEZVOLTĂRII TURISMULUI DIN REPUBLICA MOLDOVA

Conducător științific: dr. hab., prof. univ., TURCOV ELENA
Academia de Studii Economice a Moldovei (ASEM),
Republica Moldova, mun. Chișinău, MD-2005,
str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni, 61
BEZUȘCO LANA studenta anul III, grupa T-161
Academia de Studii Economice a Moldovei (ASEM),
Republica Moldova, mun. Chișinău, MD-2005,
str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni, 61
Email: ana603377@mail.ru

Abstract: *The project's purpose and objectives* are for to familiarize the interested persons with the possibility of using the electronic services in providing another form of tourism and facilitate the actions of persons who wants to get the informations, necessary coordinations without a long waste of time, without intermediaries who provide paid services, to propose some recommendations for improving the internet application in tourism.

The results of research refers to the analysis of the impact of the Internet on tourism development in the Republic of Moldova and on the travel agency "Voiaj International & Co" SRL.

Key-words: E-tourism, internet, technology, consumers, e-reservation, online, services, online environment

INTRODUCERE

Actualitatea și importanța temei abordate sunt redată de imposibilitatea eliminării Internetului din activitatea turistică a R. Moldova. Acesta deține un loc important în promovare, facilitarea informării și atragerii clienților. În această lucrare s-a urmărit scopul de a se demonstra eficiența și impactul Internetului ca modalitate de promovare și de dezvoltare a turismului online.

Elaborarea lucrării are ca sarcină/obiectiv de a familiariza persoanele interesate cu posibilitatea utilizării serviciilor electronice în optarea pentru o anumită formă a turismului și de a facilita acțiunile persoanelor care vor să obțină informații, coordonări necesare fără pierderi mari de timp, fără intermediari care de obicei prestează servicii cu plată, de a propune anumite recomandări în vederea perfecționării activității de aplicarea a Internetului în turism.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Tehnologia informațională este o "sinteză a tehnologiilor electronice, computaționale și din domeniul telecomunicațiilor ce permite procesarea și comunicarea efectivă a datelor". [1, pag. 65]

Dezvoltarea Internetului a cunoscut, la nivel mondial, o creștere importantă în ultimii ani, importanța acestuia fiind recunoscută chiar de cele mai avizate personalități din literatura de specialitate.

Aceste schimbări au fost resimțite și la nivelul Republicii Moldova, mediul online moldovenesc fiind caracterizat de o creștere a numărului de utilizatori, aceștia beneficiind de un potențial uriaș de informare și comunicare oferit de Internet.

Turismul este prezent pe Internet sub forma domeniilor. Un domeniu online de turism conține toate elementele tehnologice și informaționale legate de turism și aflate pe Internet.

Promovarea și distribuția produsului turistic pe Internet îmbracă mai multe forme, mulți operatori alegând prezența simultană în mai multe formule. [2]

Sisteme de prezentare bazate pe realitatea virtuală sunt din ce în ce mai folosite pentru a oferi clientului potențial o informare cât mai completă asupra ofertei. Sunt soft-uri specifice ce asigură o interacțiune cu utilizatorul permițând panoramări, vizualizări în detaliu și alte elemente ce țin de realitatea virtuală. Sistemele de prezentare bazate pe realitatea virtuală pot fi utilizate cu succes atât pentru oferirea de informații privind achiziționarea, cât și pentru informarea și documentarea

angajaților din firmele turistice aflați în contact direct cu turiștii, din rândul cărora agenții de turism și ghizii sunt cei mai avantajați.

Schițele cartografice arată foarte clar că orice nevoie astăzi poate fi satisfăcută tehnologic și ca internetul pentru turism este ca mâinile pentru un om. [3]

În Republica Moldova sunt tot mai multe site-uri care satisfac aceste nevoi de opinie, de informare, de rezervare, cumpărare, planificare, ghidare ceea ce reprezintă un aspect foarte important, pentru că consumatorii încep să prindă încredere și să găsească soluțiile acestor tehnologii în aproape orice.

În timpul sejurului turiștii sunt înzestrați cu tehnologie de ultimă generație iar site-urile trebuie să facă față cerințelor acestora. Pentru că comunicarea, ghidarea într-o țară necunoscută, nevoia de a trimite informații și chiar efectuarea plăților turistice sunt esențiale pentru orice consumator.

Și nu în ultimul rând la finele sejurului apare nevoia de a publica poze de a dispune de amintiri, de a afla și de alte promoții dacă au fost satisfăcuți de ceea ce le-a fost oferit. De a povesti și altor potențiali consumatori despre experiența de sejur. Ca soluții tehnologice sunt desigur site-urile de carnet de voiaj diverse chat-uri pe care unele agenții de turism din Republica Moldova le dețin pe site-ul lor oficial.

Analiza impactului internetului asupra agenției de turism “Voiaj International & Co” SRL. Agenția de turism “Voiaj International & Co” SRL își prestează intens pachetele turistice pe internet ceea ce conduce la micșorarea distanțelor în procurarea produsului și la vizualizarea produsului. Vizualizarea produsului turistic înainte de voiaj este o tendință care pune probleme legate de forma mesajelor și de modul de percepere a acestora. Însă avantajul transparenței facilitează promovarea și punerea în valoare a produsului.

Fără îndoială, noua tehnologie și-a făcut loc în mod ireversibil și în domeniul turismului și serviciilor, interconectivitatea fiind unul din factorii ce stau la baza globalizării și totodată o condiție esențială pentru competitivitate. Internetul este astăzi nu numai o sursă de informare, ci și un mediu de circulație a informației.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Am constatat în lucrarea de față că potențialul internetului a fost oficial recunoscut de sectorul turistic și în Republica Moldova. S-a prezis că acesta va fi cheia conducerii în viitor a sectorului turistic.

Internetul pentru Republica Moldova are potențialul de a avea un efect major în modul în care ospitalitatea și produsele turistice sunt distribuite, redefinind modul prin care turiștii descoperă și cumpără produsele turistice. Are potențialul de a depăși multe probleme asociate cu mai tradiționala distribuție electronică. Adresându-se direct consumatorului, dând naștere la costuri mult mai mici și făcând posibilă distribuirea de produse ieftine.

Însă libertatea de intrare, costurile scăzute și faptul că nu este nevoie de nici un echipament special să-l facă atractiv ca distribuție medie pentru micile operațiuni de turism, de asemenea capacitățile multimedia și întinderea globală îl fac foarte eficace ca mediu de marketing pentru această ramură a țării noastre. Potențialul său a fost oficial recunoscut de sectorul turistic și în Republica Moldova. S-a prezis că Internetul va fi cheia conducerii în viitor a sectorului turistic.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Poon, A., “Tourism, technology and competitive strategies”, CAB International: UK, 1993, p.65
2. Florentina Raluca GHENESCU Alexandra HĂLĂLAU “E-TURISMUL: O ABORDARE INOVATIVĂ ÎN DOMENIUL TURISMULUI”
3. Mihaela Diaconu, “Turism prin internet” București, Editura Tribuna Economica, 2004
4. M.J. Croneim. Global Advantages of the internet. www.mcb.co.uk
5. Legea cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova nr. 352-XVI din 24.11.2006
6. Radu Adrian Repciuc “Importanța internetului și impactul acestuia asupra turismului”
http://www.intreprinzatoriturism.ro/wp-content/uploads/2011/07/6_Importanta-internetului.pdf
(vizitat 02.04.19)

THE TOURIST DESTINATION ADVERTISING VIA SOCIAL NETWORKS

PUBLICITATEA DESTINAȚIEI TURISTICE PRIN REȚELELE DE SOCIALIZERE

ANTONI ADRIANA

Academia de Studii Economice din Republica Moldova
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Bănulescu -Bodoni 61
e-mail autor: adrianaantoni97@gmail.com

BULICAN ADRIAN

Academia de Studii Economice din Republica Moldova
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Bănulescu -Bodoni 61
e-mail: a.bulican@gmail.com

Abstract. *The current trends in global tourism, including the emergence of new tourist destinations, an intense competition, the changing of tourists' motivations and preferences and the economic crisis continue to force tourist destinations to seek more innovative marketing strategies to gain a competitive edge. Destination Marketing Organizations (DMOs) need to rethink and redefine their marketing strategies to meet these challenges. On the other hand, the social media gains prominence as a cost-effective marketing tool with high revenues. In this respect, the aim of this paper is to investigate the use of social media for marketing purposes. The results of this study show that the Republic of Moldova is beginning to recognize the added value of this new marketing trend. The findings of this study are useful to industry practitioners and academic researchers interested in using emerging technologies and applications for marketing purposes.*

Key words: *Social media, advertising, tourist destination, web blogging*

JEL CLASSIFICATION: M₃₇

INTRODUCERE

Un factor cheie în procesul de selecție a destinațiilor printre turiști și care respectiv, contribuie la creșterea numărului acestora este reușita strategiilor de promovare. Misiunea promovării este de a crea o imagine pozitivă a destinației și transformarea turiștilor în consumatori fideli și loiali ai produselor și serviciilor turistice. Activitatea promoțională este determinată de diversitatea mijloacelor și mediilor de comunicație, dezvoltarea Internetului schimbând radical modul în care oamenii comunică. Articolul prezent încearcă să identifice importanța și rolul mediului on-line în publicitatea destinațiilor turistice, fiind un răspuns la demersul strategiei de dezvoltare a turismului din Moldova “Turism 2020” unde se menționează nevoia de modernizare tehnologică a industriei turistice prin utilizarea tehnologiei informației și a comunicațiilor.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

În viziunea modernă, destinația turistică este definită ca o arie geografică în care turistul se poate bucura de o serie de experiențe turistice, iar atractivitatea destinației depinde de imaginea ei. Destinațiile turistice au o imagine proprie, formată de imaginea stakeholderilor de la respectiva destinație și însumează percepțiile, impresiile și convingerile pe care le are un turist. Pentru operatorii pe piața turistică, strategiile de promovare online nu mai sunt un trend, ci o practică aplicată de zi cu zi, iar “arhitectura online” este un mijloc de comunicare. Promovarea îmbracă mai multe forme, mulți operatori ai destinației turistice alegând prezența simultană în mai multe formule:

- ❖ website-urile de brand ale Organizației de management a destinației (ODM);
- ❖ website-urile furnizorilor direcți;
- ❖ site-urile de călătorii;
- ❖ ghiduri turistice online;
- ❖ travel bloguri;
- ❖ canale sociale etc.

Canalele sociale fac parte din categoria noilor promotori online, iar instrumentele de promovare folosite sunt marketing prin e-mail, blogg-uri, marketing SEO și video. Blogurile (web blogging),

recenziile online și site-urile mediei sociale permit clienților să interacționeze virtual și să împartă informații, opinii și cunoștințe despre bunuri, servicii și mărci, realizând în acest mod funcția de publicitate. Travel 2.0 este o platformă cu un set îmbunătățit de instrumente tehnologice ce permit turistului cunoașterea destinațiilor, iar pentru companii și organizații promovarea imaginii afacerilor. Deci, platformele media sociale înlocuiesc

companiile, care nu mai sunt singura sursă de comunicare a mărcilor. Capacitatea de penetrare a pieței de către media socială poate fi demonstrată prin prisma numărului de utilizatori activi ai rețelelor sociale (2.62 miliarde de utilizatori globali pentru anul 2018, sursa: www.statista.com).

Organizațiile naționale ale Republicii Moldova încurajează industria turismului să îmbrățișeze pozitiv mediile sociale în promovarea afacerilor acestora. În 2018, numărul utilizatorilor rețelei de socializare Facebook a crescut cu 20,8%, ajungând la 1,1 milioane de utilizatori, în timp ce numărul persoanelor înregistrate pe site-ul Odnoklassniki.ru a scăzut cu 8.7%. Instagram își continuă ascendența în Moldova. În ultimii doi ani rețeaua a crescut cu 360 mii de utilizatori (sursa: „Gramatic Social Media Report”).

Prima aplicație mobilă cu noul brand turistic “Moldova Holiday” a fost lansată în anul 2015 de către Asociația Națională pentru Turismul Receptor (ANTRIM) cu suportul proiectului USAID. O altă aplicație mobilă “Moldova Wine Route” a fost expusă publicului în anul 2017, fiind un ghid al vinurilor și vinărilor poporului moldovenesc, creat cu suportul Ministerului Federal al Cooperării și Dezvoltării Economice din Germania.

După cum am menționat, promovarea online îmbracă mai multe forme, travel bloggerii fiind una dintre ele. Analizând informațiile oferite de motoarele de căutare Google și Yandex observăm prezența bloguri-lor cu autori originari din R. Moldova și care își promovează țara ca destinație turistică, cum ar fi: blog-ul Svetlanei Matvievici: www.Orheianca.eu sau cel al Anei Maria Ursu: www.anamariaursublog.wordpress.com. În cadrul acestor bloguri este menționat faptul că în țara noastră turismul este un domeniu în plină dezvoltare, iar în Republica Moldova există suficiente obiective turistice care sunt vizitate de către turiști. Potrivit acestora, turiștii care vin să viziteze Moldova apreciază originalitatea, autenticitatea locurilor și ospitalitatea moldovenilor. Printre produsele cele mai apreciate sunt vinul și bucatele tradiționale moldovenești. Din observațiile bloggerilor, cele mai preferate destinații turistice sunt: complexul muzeal Orheiul Vechi, vinăriile: Mileștii Mici, Cricova și regiunea Transnistria, care le stârnește străinilor o curiozitate aparte.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI.

În ultimii ani s-a înregistrat o schimbare a comportamentului turiștilor, care înainte de a alege o destinație turistică, caută online mai multe informații. Media socială este o platformă puternică de comunicare și informare la care poate face apel orice persoană interesată, iar cercetarea se concentrează pe încrederea utilizatorilor. Internauții din R. Moldova, atât companii, cât și persoane fizice utilizează mediul online pentru promovarea imaginii țării noastre ca destinație turistică.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Kozak, Metin, Baloglu, Seyhmus, Managing and Marketing Tourist Destination- Strategies to Gain a Competitive Edge, Routledge, Taylor&Francis Group, New York, 2011.
2. Pike, Steven, Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008
3. ***Handbook on E-marketing for Tourism Destination, World Tourism Organization and European Travel Commission, 2008
4. Avraham, Eli, Ketter, Eran, Media Strategies for Marketing Places in Crisis, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2008

EVALUAREA CALITĂȚII BRÂNZETURILOR PRELUCRATE COMERCIALIZATE PE PIAȚA DE CONSUM A REPUBLICII MOLDOVA

QUALITY ASSESSMENT OF PROCESSED CHEESES COMMERCIALIZED ON THE CONSUMER MARKET OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

Conducător științific:
conf. univ. dr., Svetlana Fedorciucova,
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Departamentul Comerț, Turism și Alimentație publică,
sveta_f05@yahoo.com

Autorul: Panait Cristiana,
Academia de Studii Economice a Moldovei
cristiana_grec@mail.ru, 079625164

Abstract. *This paper presents the study of processed cheeses commercialized on the consumer market of the Republic of Moldova. Cheese plays an important role in human nutrition. That is explained by its high nutritional and biological value. Processed cheese is consumed by the vast majority of the population, being very tasty and affordable and the purpose of this paper is to study its consumption properties. For evaluation were taken 5 types of melted cheese of the following brands: Milkmark, JLC, Lactis, Mlekovita, Ferma. There was examined the information written on the label (presence or lack) as well as the conformity of the organoleptic and physico-chemical indices. Laboratory research (determination of moisture) proves that all 5 samples fall within the prescribed rules. The organoleptic quality evaluation was performed by the scoring method. Following the comparison of the prescribed indices with the real ones, some deviations were observed in the external appearance of Milkmark, JLC and Lactis branded cheese, namely the presence of air bubbles in their composition. The analysis of the packaging of the selected products revealed the lack of information regarding the lot number of the JLC and Lactis branded cheeses. Of the 5 types of processed cheese analyzed qualitatively, only Mlekovita and Ferma meet all the prescribed requirements. The other 3 types (JLC, Lactis, Milkmark) have at least one deviation.*

Key words: *processed cheese, quality, consumer market, organoleptic and physicochemical indices.*

JEL Q02

Brânzeturi joacă un rol important în alimentația omului. Valoarea nutritivă și valoarea biologică ridicată poate fi explicată prin: conținutul de substanțe proteice și grăsimi cu un grad înalt de asimilare, săruri minerale de calciu, fosfor, magneziu, sodiu și clor precum și vitamine. S-a ales realizarea analizei acestui produs, deoarece brânza topită este un produs preferat de către populație, fiind foarte gustoasă și având un preț accesibil. Consumatorul are posibilitatea de a primi un produs calitativ la preț acceptabil.

Conform unor studii realizate de ISRA Center Marketing Research din România, brânza topită ocupă un loc important în cadrul preferințelor consumatorilor de brânzeturi. Conform Eurostat în anul 2016 din totalul laptelui obținut în Uniunea Europeană, 37% s-a utilizat pentru producerea brânzeturilor.

Scopul acestei lucrări este de a studia proprietățile de consum a brânzeturilor topite. Totalitatea proprietăților unui produs definesc calitatea acestuia și anume gradul de satisfacere a cerințelor consumatorului.

Pentru cercetare au fost luate 5 tipuri de brânzeturi topite cu consistența onctuoasă, și anume:

- Brânză topită Milkmark "Delicioasă" de origine autohtonă cu fracția masică de grăsime în substanța uscată de 40% conform etichetei și cu masa netă de 175 g;
- Brânză topită JLC "Armonie" clasică, de origine autohtonă cu fracția masică de grăsime în substanța uscată de 35% conform etichetei și cu masa netă de 100 g;
- Brânză topită Lactis "Mărgăritar" de origine autohtonă cu fracția masică de grăsime în substanța uscată de 60% conform etichetei și cu masa netă de 150 g;

- Brânză topită Mlekovita “Gouda” de origine din Polonia cu fracția masică de grăsime în substanța uscată de 60% conform etichetei și cu masa netă de 150 g;
- Brânză topită Ferma “Verșkovii” de origine din Ucraina cu fracția masică de grăsime în substanța uscată de 60% conform etichetei și cu masa netă de 180 g.

Cercetările au fost efectuate prin metodele clasice recunoscute în știința mărfurilor și au avut loc în *Laboratorul de încercări a produselor alimentare*, Academia de Studii Economice din RM, Departamentul Comerț, Turism și Alimentație Publică, și în *Supermarketul “Fourchette”* de pe Strada Moscovei 19, Or. Chișinău.

Pentru realizarea cercetărilor a fost consultată Hotărârea Guvernului RM nr.611 din 05.07.2010 cu privire la aprobarea Reglementării tehnice “Lapte și produse lactate” [2].

P

e

n Înainte de a studia indicii prestabiliți s-a analizat ambalajul și eticheta produselor în legătură cu prezența sau lipsa informațiilor prescrise. Conform legii 279 din 15.12.2017 *privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare* [1], eticheta trebuie să conțină următoarea informație: denumirea produsului, denumire și adresa producătorului, ambalatorului, exportatorului sau importatorului, țara de origine, marca de produs, clasa de calitate (dacă prevede), masa netă, ingrediente, conservanți și alți aditivi, valoarea nutritivă, informația privind identificarea lotului, condiții speciale de păstrare și valabilitatea produsului.

a În urma analizei ambalajelor produselor alese s-a depistat lipsa informației privind identificarea lotului pentru brânzeturile topite de marcă JLC “Armonie” și Lactis “Mărgăritar”. Celelalte 3 tipuri (Milkmark “Delicioasă”, Mlekovita “Gouda” și Ferma “Verșkovii”) corespund cerințelor prescrise.

a Evaluarea calității organoleptice s-a efectuat prin metoda de punctaj (30 puncte), [3] și au fost analizate următoarele caracteristici: gustul și mirosul, consistența, culoarea pastei, aspectul exterior, ambalarea și marcarea.

a În urma comparării indicilor prescriși cu cei reali s-au observat unele abateri la aspectul exterior pe lângă brânzeturile topite de marcă Milkmark, JLC și Lactis, prezentă dintr-unul din punct de vedere al ambalajului și al etichetării menționată mai sus.

Ca rezultat al cercetării – 24 puncte au acumulat brânzeturile topite de marcă JLC și Milkmark, 27 puncte - brânzeturile topite de marcă Lactis și Mlekovita iar 30 puncte, a acumulat brânza topită de marcă Ferma. Generalizând rezultatele obținute putem constata că toate 5 tipuri de brânzeturi corespund categoriei *bun și foarte bun*.

Din indicii fizico-chimici s-a studiat umiditatea. Conform actelor normative în vigoare, acest indice trebuie să se încadreze în intervalul de 35-70%. În urma cercetării s-au obținut următoarele rezultate: Milkmark 58,5%, JLC 63%, Mlekovita 38,5%, Ferma 38% și Lactis 37,6%. Astfel putem constata că indicii reali corespund celor prescriși pentru toate 5 tipuri de brânzeturi cercetate.

Totalizând rezultatele obținute putem formula următoarele concluzii și constatări:

1. Din 5 tipuri de brânzeturi analizate doar 3 (Milkmark “Delicioasă”, Mlekovita “Gouda” și Ferma “Verșkovii”) a corespuns totalmente cerințelor informațiilor prezentate pe ambalaj;
2. Indicii organoleptici investigați au corespuns celor prescriși doar pentru brânzeturile de marcă „Mlekovita” și „Ferma”;
3. La analiza indicilor fizico-chimici (umiditatea) nu au fost depistate abateri de la normele prescrise;
4. Așadar, din 5 tipuri de brânzeturi topite analizate din punct de vedere a investigațiilor merceologice doar 2 tipuri (Mlekovita “Gouda” și Ferma “Verșkovii”) corespund tuturor cerințelor prescrise. Celelalte 3 au cel puțin câte o abatere.

Bibliografie:

1. LEGE Nr. 279 din 15.12.2017 privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare
2. HG Nr.611 din 05.07.2010 cu privire la aprobarea Reglementării tehnice „Lapte și produse lactate”
3. http://sinref.ru/000_uchebniki/04200produkty/101_tehnologia_moloka_molochnih_prodictov_krus_2006/111.htm

**ANALIZA COMPARATIVĂ A CALITĂȚII PRODUSELOR COSMETICE,
DECORATIVE, PE BAZĂ DE ADIPOCEARĂ (A RUJURILOR DE BUZE),
COMERCIALIZATE DE AVON ȘI ORIFLAME / COMPARATIVE ANALYSIS OF THE
QUALITY OF COSMETIC, DECORATIVE, BASED ON WAX (OF LIPSTICK)
MARKETED BY AVON AND ORIFLAME**

Conducător științific: conf. univ. dr., Cernavca Mihail, Academia de Studii Economice a Moldovei,
Departamentul: Comerț, Turism și Alimentație Publică, mcern@mail.ru

Autorul: Ambroci Valeria,
Academia de Studii Economice a Moldovei,
ambrocivaleria@yahoo.com

Abstract. *In the area of the lips are absent sebaceous glands, therefore they are drier than the rest of the complexion. Lipstick should provide lip protection, moisturize and emphasize them, do not give the feeling of constraint, wrinkle homogeneously without forming agglomerations. Thus the purpose of this research is to check the conformity of the quality of decorative cosmetic products (lipsticks) in order to ensure the quality of lipsticks and consumer protection. In order to accomplish the proposed goal we have researched eight eyebrows, 4 Oriflame products and 4 Avon products and checked the information on the packaging, marking, checking organoleptic indices and physico-chemical determination of the presence of metals, phenolic substances, which are suspected to be toxic, as well as the presence of vitamins A and E. Among the eight organoleptically, physicochemically examined monkeys and the study of the information on the packaging, we determined that: none of these monstrates fully complies with the requirements indicated in the documents regulations. The closest to fit is the Luxe Shape Sensation range, marketed by Avon.*

Key words: *quality, conformity, organoleptic and physicochemical indices, the correctness of the marking.*

JEL Classification: L15

În zona buzelor lipsesc glandele sebacee, de aceea ele sunt mai uscate decât restul tenului. Ruj trebuie să ofere protecție buzelor, să le hidrateze și să le scoată în evidență. Un ruj de calitate nu trebuie dea senzație de constrângere și trebuie să aibă o consistență dură și rezistentă cu suprafața netedă, trebuie să ungă omogen buzele fără să formeze aglomerări. Scopul acestei cercetări este: verificarea conformității calității produselor cosmetice decorative pe bază de adipoceară (a rujurilor de buze) în scopul asigurării calității rujurilor și protecția consumatorului. Pentru a îndeplini scopul propus am luat ca obiect de cercetare 8 monstre de rujuri, 4 produse de Oriflame (Giordani Gold Iconic Lipstick, Giordani Gold Iconic Matte Lipstick, The One Colour Unlimited Lipstick, The One Colour Stylist Unlimited Lipstick) și 4 de Avon (True Colour Perfectly Matte, Luxe, Luxe Shape Sensation, Lucios Mark Shine Burst). Am verificat informația de pe ambalaj, marcarea, verificarea indicilor organoleptici și determinarea fizico-chimică a prezenței unor metale, substanțe fenolice, care se suspectează că sunt toxice, precum și prezența vitaminelor A și E. Calitatea produselor decorative pe bază de adipoceară la noi în țară se determină conform standardului interstatal GOST 31649-2012. Efectuarea examenului organoleptic a produselor cosmetice se realizează conform GOST 29188.0-91. Cercetările au fost efectuate în Laboratorul de încercări a produselor nealimentare, Academia de Studii Economice a Moldovei, Departamentul: Comerț, Turism și Alimentație Publică.

Concluzii: - În urma analizei informației de pe ambalaj a rujurilor produse de Avon am determinat că: rujurile din gama Luxe sunt ambalate în cutie de carton, astfel informația expusă pe ambalaj este într-un volum mai mare, de cât informația prezentată pe ambalajul din pelicolă, cum sunt restul rujurilor din sortimentul.

Avon. De aceea pe ambalajul produselor din gama Luxe este prezentată compoziția produsului, termenul de valabilitate, denumirea producătorului, importatorului și exportatorului, adresa, telefonul, însă aceste date pot fi indicate pe ambalajul colectiv al rujurilor ambalate în pelicolă. Masa netă, codul cu bare și informațiile specifice nu sunt indicate în informația de pe ambalaj la nici unul dintre rujurile studiate. Pe ambalajul rujurilor comercializate de Oriflame nu sunt indicate: Reguli și condiții de

securitate la păstrare; Data fabricării; Indicativul documentului normativ în conformitate, chiar dacă conform ”Informația nr 197, Informația pentru consumatori, privind produsele nealimentare”: Pentru produsele de import se admite de a nu se indica indicativul documentului normativ. Însă această informație ar trebui să fie specificată pe ambalaj, deoarece produsele cosmetice intră în contact direct cu pielea, iar dacă acestea nu au fost păstră corespunzător pot provoca alergii, iritații sau alte complicații consumatorului. Pe ambalaj nu erau marcate nici codul cu bare și nici informații specifice, însă acestea ar putea fi indicate pe ambalajul colectiv al produselor. - Examinarea organoleptică a rujurilor a fost efectuată conform documentului normativ- GOST 29188.0-91. În urma efectuării analizei organoleptice a rujurilor, am observat că produsele corespund cu criteriile din documentul normativ atât rujurile comercializate de Oriflame, cât și cele comercializate de Avon. - În urma examenului fizico-chimic am determinat: prezența metalelor grele, precum și a substanțelor fenolice, trebuie să fie indicată în informația de pe ambalajul produselor, pentru a preveni consumatorul despre prezența acestor substanțe, deoarece se suspectează că sunt periculoase pentru sănătatea omului. Din toate probele analizate am depistat că: dintre rujurile comercializate de Avon, doar în compoziția rujului Luxe sunt prezente substanțe fenolice, iar în celelalte probe nu a fost găsită nicio substanță toxică. Iar din probele comercializate de Oriflame, am depistat ioni de fier în compoziția rujului Giordani Gold Iconic Lipstick și ioni de cupru în compoziția rujului The One Colour Unlimited Lipstick. Sunt rujuri pe ambalajul cărora au menționat conținutul anumitor vitamine, cum ar fi A sau E, însă real din compoziția acestor nu fac parte, de aceea am efectuat unele testări în laborator. În urma analizei probelor am determinat că, rujurile care aveau indicat pe ambalaj prezența acestor vitamine, este adevărată. - Dintre cele 8 monstre examinate organoleptic, fizico-chimic și studierea informației de pe ambalaj, am determinat că: nici una din aceste monstre nu corespunde în totalitate cu cerințele indicate în documentele normative. Cel mai aproape de a fi corespunzător este produsul din gama Luxe Shape Sensation, comercializate de Avon.

Bibliografie:

1. Documente normative: - ГОСТ 31649-2012. Продукция декоративной косметики на жировосковой основе. Общие технические условия. - ГОСТ 29188.0-91 Изделия парфюмерно-косметические.
2. Правила приемки, отбор проб, методы органолептических испытаний - Informație Nr. 197, din 28.03.2002, Informație pentru consumator, produse nealimentare.
3. Surse literare: - Îndrumar metodic pentru lucrări practice și de laborator la disciplina ” Identificarea falsificării mărfurilor și protecția consumatorilor”, V.Calmăș, M. Damaschin, editura ASEM, 2017, 80p.

CERCETĂRI PRIVIND OBTINEREA UNOR PRODUSE DE PANIFICAȚIE CU ADAOS DE FĂINĂ DIN TOPINAMBUR

RESEARCH ON OBTAINING BAKERY PRODUCTS WITH ADDED FLOUR FROM JERUSALEM ARTICHOKE

Conducător științific: conf. univ., dr. Purici Ion,
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Departamentul Comerț, Turism și Alimentație Publică,
ion20061@rambler.ru

Autor: Graur Livia,
Academia de Studii Economice a Moldovei,
e-mail: liviagr97@gmail.com, 068620605

Abstract: The purpose of this research was to obtain bakery products with the addition of handmade Jerusalem artichoke flour. The topic is actual due to the fact that the jerusalem artichoke has numerous benefits on the human body regulates blood glucose, blood pressure and decreases the values of bad cholesterol in the bloodstream. Jerusalem artichoke flour was obtained from native tubers within the ASEM laboratory and in its base was determined the phosphoable acidity, the hydration capacity, the moisture of the flour, the contents of the ash and vitamin C. Thereafter it was used to obtain bread

with different concentration of flour (0%, 2.5%, 5%, 7.5%, 10%). It was determined that a lower concentration relative to the white flour determines better organoleptic qualities of the bread, the one with the concentration of jerusalem artichoke of 5% was the most appreciated by the consumer. The porosity of the bread has values $> 46\%$ and the acidity is within the limits of 2° to 4° , being specific to the intermediate bread.

Keywords: jerusalem artichoke, flour, bakery products, bread, benefits

JEL Classification: Q18

Topinamburul este recunoscut în rândul populației sub formă de „nap porcesc”, „măr-de-pământ” sau „cartoful săracilor”. Provine din America Centrală și este o plantă de cultură amerindiană.

Acesta este ușor de plantat, rezistent la îngheț, secetă și nu necesită eribicidare. Rădăcina este alcătuită din tuberculi cu forma neregulată, și anume această parte se folosește în alimentație. Gustul topinamburului este ușor dulceag și cu cel al cartofului. Poate fi consumat crud în salate, sub formă de suc, murat cât și tratat termic în supe sau tocănițe, fiert, la cuptor, la aburi, sub formă de piure.

Conform surselor bibliografice 150 g topinambur aduc circa 109 calorii, 0 colesterol, 0 sodiu, 644 mg potasiu, 26 g carbohidrați, 2,4 gr fibre. Este bogat în potasiu, fier, fibre, fosfor, cupru, niacină (vitamina B3) și tiamină (vitamina B1). Topinamburul reprezintă o sursă excelentă de vitamina C, are proprietatea de a regla tensiunea arterială și scade valorile colesterolului rău din sânge. Datorită conținutului ridicat de inulină – un tip de fibră prebiotică, care reglează glicemia, este recomandat persoanelor ce suferă de diabet zaharat. Conform datelor Organizației Mondiale a Sănătății, în prezent în lume 240 mln persoane trăiesc cu această boală, iar în următorii 20 de ani acest număr va crește pînă la 380 de milioane. Principala problemă constă în întinerirea acestei boli, fiind tot mai des întâlnită la copii și adolescenți.

De aceea specialiștii sunt orientați spre a produce noi alimente fortificate, care să influențeze pozitiv asupra sănătății omului.

Dat fiind faptul că pâinea este cel mai consumat aliment, scopul acestei lucrări este de a obține un nou sortiment de produse de panificație valorificate cu făină de topinambur.

Făina de topinambur a fost obținută din tuberculi nativi în cadrul laboratorului ASEM și în baza ei s-a determinat aciditatea titrabilă, capacitatea de hidratare, umiditatea făinii, conținutul cenușii și vitaminei C.

Datele obținute sunt prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1. Indicii chimici ai făinii de topinambur

Metoda	Descrierea metodei	Rezultate
Determinarea acidității	Extractul apos al probei de analizat se titrează cu soluție de hidroxid de sodiu 0,1 n, în prezența fenolftaleinei ca indicator.	2.6°
Determinarea capacității de hidratare	Se determină cantitatea de făină corespunzătoare unei cantități cunoscute de apă necesară pentru formarea unui aluat de consistență normală, în condiții stabilite.	23.74 %
Determinarea umidității făinii	Se determină pierderea de masă prin încălzire în etuvă la $130 \pm 2^\circ\text{C}$, timp de 60 de minute.	11.31 %
Determinarea cenușii	Determinarea rezidului rezultat prin calcinare la $550-600^\circ\text{C}$ a probei de analizat.	1.38 %
Vitamina C	Oxidarea acidului ascorbic cu iod în exces	4.69 mg

Din materialul supus cercetării a fost obținută pâine cu diferită concentrație de făină de topinambur (0 %, 2,5 %, 5 %, 7,5 %, 10 %). O concentrație mai mică în raport cu făina albă determină calități organoleptice mai bune ale pâinii. În baza analizei psiho-senzoriale s-a determinat că pâinea cu concentrația de topinambur de 5 % a acumulat punctajul maxim, evidențiindu-se prin gust și miros plăcut specific topinamburului. Cel mai puțin apreciată din punct de vedere organoleptic a fost pâinea cu concentrația făinii de topinambur de 10 %, cauza fiind aroma pronunțată de topinambur.

Cantitatea făinii de topinambur adăugată în probe influențează și asupra indicilor fizico-chimici ai pâinii. Odată cu creșterea acesteia se măresc valorile acidității și scade gradul de porozitate al pâinii. Acest fapt este influențat de gradul de polimerizare a inulinei. Rezultatele obținute sunt prezentate în tabelul 2.

Tabelul 2. Determinarea acidității și porozității pâinii

Proba	Aciditatea,°	Porozitatea, %
Etalon	2	73
2,5 % topinambur	2.5	70
5 % topinambur	2.9	67
7,5 % topinambur	3.4	63
10 % topinambur	4	60

Concluzii:

1. Indicii fizico-chimici ai făinii de topinambur se încadrează în limitele prevăzute de TY 9293-401-02067862-2015 «Мука из клубней топинамбура»
2. Concentrația optimă a făinii de topinambur în pâine este de 5 %.
3. Porozitatea pâinii are valori > 46 % iar aciditatea este cuprinsă în limitele 2°- 4°.

Bibliografie:

- TY 9293-401-02067862-2015 «Мука из клубней топинамбура»
- <http://www.ziarulevenimentul.ro/stiri/moldova/topinamburul-planta-care-va-scapa-de-kilogramele-in-plus-cultivata-la-suceava-foto--153861.html>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Turnip>

**CALITATEA DETERGENȚILOR BIODEGRADABILI COMERCIALIZAȚI
ÎN REPUBLICA MOLDOVA**

**THE QUALITY OF BIODEGRADABLE DETERGENTS TRADED
IN REPUBLIC OF MOLDOVA**

Autorii articolului : Țîmpău Mihaela, Rusnac Nicoleta, grupa TAP-171, facultatea BAA

Îndrumătorii științifici : dr.,conf.univ. Calmiș Valentina și : dr.,conf.univ. Purici Ion

Academia de Studii Economice din Republica Moldova

Adresă: Strada Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61

Telefon : 24-47-36, 402-752 (decan); 402-753, 402-853 (prodecani);

E-mail : decanat.fin@ase.md

Abstract : Most of the detergents found in our market are chemical based and it is very difficult to eliminate them from municipal waste waters. Drinking water contaminated by detergents can be hazardous to human health. These problems

are overcome by biodegradable detergents. We made a scientific research based on 5 samples of detergents traded in Moldova, including 4 biodegradable detergents. We have investigated the washing ability, the presence of phosphates and the impact of detergents on the number of microorganisms in the soil. After the microbiological examination we found that the Tide and Aistenoc detergents dropped number of soil micro-organisms 39 times and respectively 17 times, alarming numbers, compared to biodegradable detergents, which reduced the microorganisms by only 3-6 times.

Key words: Detergents, Biodegradable detergents, Surfactants, Phosphates

Detergentul de rufe face parte din viața oricărei persoane și este folosit de fiecare familie cel puțin o dată pe săptămână. În urma unor cercetări științifice a fost determinat că surfactanții anionici conținuți în detergent pot favoriza apariția unor afecțiuni neuro-vegetative precum Alzheimer și Parkinson. Substanța SLS (sulfat lauril de sodiu), surfactant anionic prezent în mare parte dintre detergenții de rufe, agent de spumare dur și cunoscut ca iritant al pielii și ochilor, care duce la căderea părului și declanșează reacții alergice. Probleme la fel de grele sunt generate de folosirea nitriților și fosfaților în rețetele detergenților cu scopul reducerii durtății apei. Aceste substanțe, odată ajunse în apă, stimulează înmulțirea algelor, care consumă oxigenul și fac imposibilă viața altor specii în apa respectivă. **Detergenții** sunt produși de sinteză, având o structură asemănătoare cu cea a săpunurilor, dar cu o putere de spălare superioară lor. După impactul asupra mediului detergenții se clasifică în: **detergenți neecologici care conțin surfactanți anionici și cationici** (cel mai frecvent folosiți, având o putere de spălare mare, dar care sunt toxici atât pentru om cât și pentru mediul înconjurător și **detergenți biodegradabili** care sunt produse de curățare care au ca substanță activă de bază surfactanți neionici și se descompun sub influența microorganismelor din apă în substanțe nenocive în proporție de 60% în termen de 28 de zile, protejând mediul natural.

Obiectivele cercetării : Aprecierea calității detergenților prin metode standardizate și nestandardizate.

În cadrul laboratorului ASEM, a fost determinată calitatea detergenților atât prin metode standardizate (pH-șul, conținutul de fosfați, indicii microbiologici), cât și nestandardizate (puterea de spălare și prezența fosfaților).

Ca obiect de studiu au servit patru detergenți ecologici comercializați în Moldova: **Frosch (Germania), Aistenoc (Rusia), Winni'S Naturel (Italia), Săpun lichid pentru rufe AGAFIA (Rusia)** și a unui detergent sintetic nebiodegradabil pentru comparație: **Tide (România)**. În urma cercetării compoziției detergenților biodegradabili declarate pe eticheta acestora am identificat că toți detergenții, cu excepția detergentului **Agafia**, conțin surfactanți anionici (5-15%), ceea ce nu trebuie să se regăsească într-un detergent ecologic.

pH-ul soluției de detergent determină domeniul de utilizare și anume: detergenții cu pH-ul (7-8,5) sunt destinați spălării materialelor textile din fibre proteice naturale (lână, mătase) și fibre chimice; detergenții cu pH-ul (9,5-11) - celulozice (bumbac, in, cânepă). Cu regret, pe eticheta detergenților nu era indicată nici o informație cu privire la valoarea pH-șului acestora.

Tabelul 1. Rezultatele examenului fizico-chimic

Nr. crt	Denumirea indicatorului	Denumirea produsului				
		Tide	Frosch	Aistenoc	Winni'S Naturel	Săpun lichid AGAFIA
1.	Prezența fosfaților (reacția cu molibdat de amoniu)	Foarte galben	Nu conține fosfați	Galben	Slab galben	Precipitat galben-pal
2.	Prezența fosfaților (reacția cu CaCl ₂)	Apare precipitat alb	Nu apare precipitat	Apare precipitat alb	Nu apare precipitat	Nu apare precipitat
	pH-ul (hîrtie toare)	12	6	11	6,5	6

Pentru a înțelege care este impactul detergenților asupra microbiotei solului am turnat în sol așa numta apă uzată sintetic, care conține câte 1% de detergent, și timp de trei luni la interval de o lună am determinat numărul total de germeni (NTG).

Tabelul 2. Rezultatele examenului microbiologic

Denumire probei	Dupa 1 luna (NTG)	Dupa 2 luni (NTG)	Dupa 3 luni (NTG)	De câte ori s-a micșorat Nr de microorg.
Frosch	$6,3 \cdot 10^5$	$0,85 \cdot 10^5$	$1,1 \cdot 10^5$	~6
Tide	$29 \cdot 10^5$	$0,55 \cdot 10^5$	$0,75 \cdot 10^5$	~ 39
Aistenoc	$12,8 \cdot 10^5$	$0,5 \cdot 10^5$	$0,75 \cdot 10^5$	~ 17
Winni'S Naturel	$5,4 \cdot 10^5$	$1,3 \cdot 10^5$	$1,75 \cdot 10^5$	~3
Agafia	$12 \cdot 10^5$	$0,5 \cdot 10^5$	$1,15 \cdot 10^5$	~10
Proba de control	$11,5 \cdot 10^5$	$1,45 \cdot 10^5$	$1,8 \cdot 10^5$	~6

Concluzii:

1. Detergenții **Tide** și **Aistenoc** posedă cele mai puternice proprietăți de spălare.
2. Detergenții biodegradabili examinați și anume: „**Winni's**”, „**Frosch**” și „**Agafia**” corespund, cu privire la conținutul de fosfați, conform normelor europene, iar detergentul „**Aistenoc**” pe etichetă cărui este stipulat că nu conține fosfați, depășește normele europene de **2 ori** (1.038 % de P₂O₅).
3. În urma examenului microbiologic am depistat că detergenții **Tide** și **Aistenoc** au scăzut nr. de microorganisme de **39 ori**, și respectiv, **17 ori**. În comparație cu detergenții **bio** care au micșorat nr. de microorganisme de doar **3-6 ori**, date aproximativ egale cu cele obținute în proba etalon.

Bibliografie:

- Regulamentul (CE) nr. 648/2004 în ceea ce privește utilizarea fosfaților și a altor compuși ai fosforului în detergenții de rufe de uz casnic
- DECIZIA COMISIEI din 28 iunie 2011 de stabilire a criteriilor ecologice de acordare a etichetei ecologice a UE pentru detergenții universali

SECȚIUNEA VI: Contabilitate, Audit și Analiză Economică

INFLUENCE OF INFORMATION TECHNOLOGIES ON THE ORGANIZATION OF ACCOUNTING.

INFLUENȚA TEHNOLOGIILOR INFORMAȚIONALE PRIVIND ORGANIZAREA CONTABILITĂȚII.

ȚURCAN LIUDMILA
ASE є Moldovei, Republica Moldova,
or. Єїшїнєу, str. Bănulescu-Bodoni
mail: milavip@inbox.ru

LEAHOVETCHII DMITRII
ASE є Moldovei, Republica Moldova,
or. Єїшїнєу, str. Bănulescu-Bodoni
mail: sketchshow12@gmail.com

Abstract. *Modern economics is unthinkable without good governance. The success of management is largely determined by the effectiveness of making integrated decisions that take into account the most diverse factors and trends in their development. An important category of integrated solutions is an enterprise information processing system.*

Key words: Management, Account, Solution, Information, Success

ВВЕДЕНИЕ. Современная экономика немыслима без эффективного управления. Успех управления во многом определяется эффективностью принятия интегрированных решений, которые учитывают самые разносторонние факторы и тенденции динамики их развития. Важная категория интегрированных решений – система обработки информации предприятия. Одна из основных целей систем обработки данных заключается в повышении эффективности работы компании, учреждения или организации. Система обработки данных должна: обеспечивать получение общих или детализированных данных по итогам работы. Подход к обработке информации как к производственному процессу широко принят специалистами по автоматизации систем организационного управления. Одним из основных показателей эффективности работы предприятия является его продуктивность: качество, количество и скорость обработки информации. В тоже время передача (обмен) информацией в учрежденческой технологии носит большей частью циклический и стабильный характер, что имеет принципиальное значение при распространении на учрежденческую деятельность всех атрибутов производительного процесса.

Целью данного исследования является выявление наиболее эффективных методов автоматизации и оптимизации, бухгалтерского учёта в Республики Молдова.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ. Для автоматизации современного программного обеспечения по бухгалтерскому учету специалисты выделяют следующие классы программ:

1. Мини-бухгалтерия;
2. Интегрированные бухгалтерские системы;
3. Бухгалтерский конструктор;
4. Международные системы;

Описание основных классов программ.

Мини-бухгалтерия. Отличительными чертами систем класса мини-бухгалтерия являются отсутствие инструментов для организации учета по различным участкам (учет заработной платы, товарно-материальных ценностей и т.д.), а также небольшой объем учетных операций. Набор функций, реализованных в программах данного класса, ограничен.

Мини-бухгалтерии позволяют оформлять небольшой набор первичных документов и форм отчетности и предназначены для бухгалтерий с малой численностью работников.

Интегрированные бухгалтерские системы. Интегрированные бухгалтерские системы предоставляют пользователям более широкие возможности и обеспечивают ведение учета по всем основным участкам. Их отличительной особенностью является возможность организации учета на нескольких компьютерах с объединением данных в одной базе, на основе которой формируется отчетность. Интегрированные бухгалтерские системы позволяют организовать работу и в локальной сети. При этом на каждом компьютере, как правило, работает вся система, а для разделения учета используются лишь определенные ее возможности. Для закупки товаров у физического лица, не являющегося ИП, достаточно составить закупочный акт и получить расписку о передаче денег. У своих сотрудников можно арендовать компьютеры и автомобили, выдавая таким образом необлагаемую налогами зарплату и одновременно списывая в расходы затраты на содержание арендованных объектов.

бухгалтерский конструктор. Программы класса бухгалтерский конструктор отличаются наличием развитого языка макропрограммирования и средств настройки, что позволяет адаптировать их к особенностям учета на любом предприятии. В современных условиях быстрого изменения нормативных документов разработчики стремятся обеспечить гибкость своих программ, они позволяют изменять ставки налогов, редактировать текстовые файлы форм первичных документов.

Эти программы предоставляют пользователям возможность изменять методику учета, корректировать учетную политику предприятия.

Международные системы. рынок программных продуктов иностранными фирмами. Первой отличительной особенностью этих программ является многоязычность (10 ...15 языков), другая особенность — модульность программ, что предполагает наращивание возможностей программы посредством новых модулей, приобретаемых за дополнительную плату.

Они не только предоставляют пользователю широкие возможности в области организации традиционного бухгалтерского учета, но и позволяют обеспечить управление проектами, системой закупок и продаж.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Развитие информационных технологий бухгалтерского учета за последние годы идет все возрастающими темпами. Любой бухгалтер работая на компьютере не мыслит без него своей профессиональной деятельности. В настоящее время повсеместно внедряются компьютерные сети(локальные, региональные, глобальные), благодаря которым обеспечен удаленный доступ к общесетевым ресурсам (базам данных, компьютерам, принтерам, факс-модемам и др). Существуют плановые и внеплановые налоговые проверки, при проведении которых могут потребоваться все бухгалтерские документы, включая первичные. Все это обуславливает широкое применение информационных технологи в современной Молдове.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Regulamentul de organizare a studiilor în învățământul superior <http://ase.md/avize/simpozion-cercetatori-2019.html#studenti%D0%A0%C2%B5>
2. Основы бухгалтерского учёта <http://online-buhuchet.ru/shag-1-osnovy-buxucheta/>
3. Автоматизация Бухгалтерского учёта http://www.1clogic.md/products/1c-buh8?gclid=CjwKCAjw2cTmBRAVEiwA8YMgzdAURymTVQpF5tgOANPVhHpvwDqCyZ1rQiWn66E3GemGdAwRtrLgxoCQWlQAvD_BwE

ABORDĂRI CONTEMPORANE PRIVIND CONTABILITATEA MĂRFURILOR

Autor:

Badiu Iosif, student anul 3, Facultatea Contabilitate,
ASEM, Republica Moldova,
badiu.iosif@yahoo.com

Cadrul didactic coordonator:

Nederița Alexandru, dr. hab., prof. univ., ASEM,
Chișinău, Republica Moldova,
nederita.alexandru.dumitru@ase.md

Abstract. *In the context of globalization, merchandise transaction gets a new configuration, broadening the possibilities horizon by obtaining of plus value which gives to the management more diversified form of access to this type of asset and better readability for their controlling. The purpose of this report is to be put in value the methods of transaction with merchandise which could review the planning of business activities by companies and lead to their use and their weighted change. In the present article, I intended to present four of the trading methods which are most popular (consignment transactions, commodity exchange transactions, postponement transactions and merchandising on credit). At the same time were analyzed the specifics of each method and their structure.*

Cuvinte-cheie: *bursă de mărfuri, spread, instrument financiar (derivat/incorporat), piețe OTC, fond de hedging, comitent, comisionar, factoring, factor, aderent, linie de credit, comision.*

JEL Classification: A22, B41, F11, K10, M41.

1. Introducere

În literatura de specialitate pot fi întâlnite mai multe metode de tranzacționare care implică atât latura economică cât și cea juridică care face posibil schimbul dintre bunuri și bani. O astfel de relație s-a dezvoltat încă din cele mai vechi timpuri când omul a cunoscut una dintre cele mai mari invenții – “banii”, de atunci modul de a se tranzacționa s-a diversificat, cunoscând astfel noi orizonturi. În lumea contemporană unele dintre metode au evoluat, iar altele au fost fundamentate.

Din punct de vedere economic, cele 4 metode de tranzacționare descrise mai sus, au un caracter strategic în rezultatul întrebuirii cărora entitățile au posibilitatea de a-și atinge obiectivele în funcție de necesități.

Astfel scopul lucrării este de a introduce și extinde modalitatea prin care companiile ar putea să-și atingă obiectivele folosind mai multe canale de tranzacționare care să aibă ca rezultat sporirea performanțelor economice.

2. Analiza literaturii

Teoria, metodologia, metodele, modalitățile și procedurile în tranzacționarea de mărfuri s-a format în timp, parcurgând mai multe etape de dezvoltare.

Tranzacționarea de mărfuri în lumea contemporană sunt analizate de către adepții mai multor curente. Despre tranzacționarea mărfurilor facute cu referire la specificul macroeconomic al Republicii Moldova în conformitate cu standardele naționale de contabilitate sunt descrise în revista „Contabilitate și audit” (N. Alexandru 2015 nr. 5, 7, 8). În conținutul acestora sunt descrise atât modalitatea (tranzacțiilor cu amânarea și tranzacțiilor de mărfuri pe credit) cât și cadrul juridic ce le reglementează. La fel o serie de legi fac referire la modalitățile descrise mai sus (H.G. nr. 329 și Ordinul SV nr. 445).

O altă sursă “Contabilitate în comerț” (Georgeta Melnic, E.B., ș.a. 2016) descrie modalitatea de tranzacționare a mărfurilor în consignatie care capătă o nouă structurare al acestui tip de tranzacție în concordanță cu specificul economic al R. Moldova precum și actele normative emise (H.G. nr. 1010).

În ceea ce ține de bursa de mărfuri statul reglementează o astfel de activitate prin aprobare de legi (Legea nr. 1117 privind bursa de mărfuri) deoarece constituie o formă de organizare mai complexă.

3. Metodologia și eșantionul de cercetare

Cercetarea care stă la baza acestei lucrări este una de tip analitic cu scopul de a descrie modurile contemporane de tranzacționare cu mărfuri, bazată atât pe material teoretic cât și legi/acte normative cu modificări și completări ulterioare.

4. Rezultate obținute și concluzii

În urma analizei al fiecărei dintre metodele de tranzacționare cu mărfuri putem observa faptul ca acestea pot servi drept baza fundamentală pentru aparatul decizional. Astfel în funcție de genul de activitate și specificul fiecărei companii se poate opta pentru una din metodele descrise.

Acestea la rândul lor au atât avantaje cât și dezavantaje care pot fi în proporții diferite dacă sunt atribuite în diverse situații.

În concluzie pot menționa faptul că informațiile pe care le oferă fiecare dintre aceste modalități sunt necesare atât în calcule de control și analiză în scopul determinării așa indicatori ca:

- fondului de rulment
 - rate de lichiditate intermediară
 - ratele generalizatoare de rotație a activelor circulante
- care contribuie atât la eficientizarea controlling-ului cât și aplanarea riscurilor.

BIBLIOGRAFIE

1. *Standarde nationale de contabilitate* (SNC Stocuri)
2. *Standarde internaționale de raportare financiară* (IFRS)
3. *Standarde internaționale de contabilitate* (IAS 2 Stocuri)
4. *Revista de contabilitate și audit* nr. 5,7,8 an 2015
5. *Legea nr. 1117 privind bursa de mărfuri*
6. H.G. nr 329 și Ordinul SV nr.445
7. H.G. nr. 1010 cu privire la aprobarea regulilor comerțului de consignație
8. *“Contabilitate în comerț”* (Georgeta Melnic, E.B., ș.a. 2016)
9. <http://www.bvb.ro/info/Introducere%20in%20IFD.pdf>

INCOME TAX ON A PHYSICAL PERSON: TAX AND ACCOUNTING ASPECTS

IMPOZITUL PE VENITUL AL PERSOANELOR FIZICE: ASPECTE CONTABILE ȘI FISCALE

ȚURCAN LIUDMILA, ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: milavip@inbox.ru

JARDAN ALICA, ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: feni4ka_98@mail.ru

BAHCIVANJI NICOLAI, ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: kolian2409@mail.ru

Abstract. *Currently, personal income tax plays a huge role in providing budgets of all levels with income sources and in regulating economic processes. In this regard, of particular importance is the analysis of its revenues in the budget system of the Republic of Moldova and the identification of ways to increase its collection efficiency.*

ВВЕДЕНИЕ. Подоходный налог с физических лиц является самым распространенным в мировой практике налогом, который уплачивается с личных доходов населения. При

помощи данного налога обеспечиваются денежные поступления в государственные и местные бюджеты субъектов Республики Молдова, регулируется уровень доходов населения, а также структура собственного потребления и сбережения граждан.

Актуальность данной работы обусловлена налоговой реформой, которая вступила в силу 1 октября 2018 года.

Целью данного исследования является обоснование необходимости и поиск направлений совершенствования подоходного налога с физических лиц, как инструмента реализации социальной политики государства.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ. В соответствии с действующим налоговым законодательством Республики Молдова, а также в соответствии с положениями международных соглашений об избежании двойного налогообложения, на территории РМ осуществляется удержание налога на доходы у налоговых резидентов стран. Резидент – это лицо, находящееся на территории страны и осуществляющее свою деятельность на ее территории более 183 календарных дней в течение 12 календарных месяцев, следующих друг за другом.

Налоговые периоды. В 2019 году, в результате налоговой реформы, проведенной осенью 2018, год разделился на два налоговых периода:

- Форма СЕТ15 заполняется для декларирования доходов, полученных в период с 1 января по 30 сентября 2018 года (7%-18%);
- Форма СЕТ18 заполняется для декларирования доходов, полученных с 1 октября по 31 декабря 2018 года (12%).

«Декларация физического лица о подоходном налоге за налоговый период» - форма СЕТ15/18 предоставляется в налоговую службу ежегодно, не позднее 30 апреля года, следующего за отчетным налоговым годом. Предоставление декларации в 2019 году должно произойти не позднее 2 мая.

Физические лица - резиденты, отвечающие следующим критериям, обязаны, до 2 мая 2019 года предоставить в органы налогового контроля «Декларацию физического лица о доходах», форма СЕТ15/18:

- работающие по совместительству на двух и более работах (в случае, если их совокупная зарплата за год превышает величину лимита, установленного законодательством, в 2019 году – 33 000 леев);
- лица, получившие облагаемый доход, в виде зарплаты, и от продажи собственности, сумма которого превышает 33 000 леев за 2019 год;
- лица, которые зарплату не получали, но получили доход от продажи собственности (дома, квартиры, автомобиля) или от сдачи в аренду сельскохозяйственных земель (если сумма, полученная в результате этих сделок, превышает 11 280 леев, сколько составляет личное освобождение в 2019 году).

Ставки подоходного налога в отдельных странах. В Молдове сейчас действует так называемый пропорциональный подоходного налога с физических лиц: каждый гражданин РМ отдает государству одинаковую долю своего дохода, в размере 12%. По мнению многих экономистов, такая шкала налогообложения характерна для стран с развивающейся экономикой. В то же время практически во всех развитых странах ставки подоходного налога прогрессивные, благодаря чему налоги обеспеченных людей в совокупности превышают налоги малоимущих слоев населения. В РМ действует одна из самых низких ставок подоходного налогообложения среди стран, использующих пропорциональную шкалу налогообложения. Что касается прогрессивных налоговых ставок, то в мировой практике ставки подоходного налога, как правило, построены на системе сложной прогрессии.

Для достижения социальной справедливости налогообложения, правительства стран с наиболее высоким уровнем жизни применяют прогрессивную ставку подоходного налога, где размер ставки полностью зависит от суммы полученного за налоговый период дохода.

Для закупки товаров у физического лица, не являющегося ИП, достаточно составить закупочный акт и получить расписку о передаче денег. У своих сотрудников можно арендовать компьютеры и автомобили, выдавая таким образом необлагаемую налогами зарплату и одновременно списывая в расходы затраты на содержание арендованных объектов.

Необлагаемый доход. Статья 20 НК гласит, что в Молдове не облагаются налогом следующие группы доходов физических лиц:

1. В связи с несчастными случаями, а также неправомерными действиями и причиненным ущербом.
2. Пособия и выплаты социального характера, связанные с низким уровнем доходов, нетрудоспособностью, пособия благотворительного характера.
3. Финансовая помощь спортсменам и тренерам.
4. Денежное довольствие военных срочной службы и единовременное пособие выпускников военных училищ. Возмещения расходов военных на откомандирование и переезд.
5. Возмещения вынужденных расходов, понесенных сотрудниками предприятия.
6. Стипендии учащихся.
7. Алименты.
8. Суммы компенсаций донорам.
9. Доходы от дарения и наследования.
10. Выигрыши от рекламных акций и лотерей, не превышающие 10% от установленного лимита личного освобождения в текущем году.
11. Прочие доходы исключительного характера.

Налоговое освобождение. Каждое физическое лицо, в Республике Молдова, имеет право на освобождения от подоходного налога в соответствии со статьей 33 НК:

- Личное освобождение (24 000 леев) – предоставляется каждому налогоплательщику;
- Личное льготное (повышенное) освобождение (30 000 леев) – предоставляется инвалидам войны, инвалидам с детства, инвалидам I и II группы, участникам Афганской войны и конфликта на Днестре и их супругам, в случае гибели или пропажи, тем кто стал инвалидом в связи с лучевой болезнью вызванной аварией на Чернобыльской АЭС, при наличии документов, подтверждающих статус, предоставлении заявления и копии паспорта;
- Освобождение на иждивенцев (3 000 леев);
- Супружеское освобождение (11 280 леев) – освобождение имеет право получить любой из супругов в случае, если первый не использует свое освобождение;
- Супружеское льготное (повышенное) освобождение (18 000 леев) - освобождение имеет право получить любой из супругов в случае если другой является инвалидом войны, инвалидом с детства, инвалидом I и II группы, участником Афганской войны и конфликта на Днестре, и если он не использует свое освобождение.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Существующая система подоходного налогообложения Молдовы преимущественно ориентирована не на обеспечение выполнения социальной функции государства, стратегических задач достижения социальной справедливости и равенства, а на решение текущих фискальных потребностей.

Наиболее целесообразным на современном этапе будет промежуточный вариант реформирования налога на доходы физических лиц, сочетающий преимущества и прогрессивной, и плоской шкалы налога. Суть предлагаемых преобразований сводится к следующему:

- Введение необлагаемого минимума в размере официального прожиточного минимума трудоспособного населения.
- Ставку налогообложения оставить плоской и увеличить ее до 14%.

- Увеличение МРОТ до величины прожиточного минимума.
- Ужесточение налогового законодательства в части ответственности за налоговые правонарушения.

Для развития социально ориентированной рыночной экономики необходимо дальнейшее совершенствование налогообложения доходов физических лиц, постепенный переход к введению прогрессивной шкалы налогообложения доходов и изменение подходов государства к определению величины необлагаемого налогом минимума. Государство должно выстроить такую систему распределительных отношений, при которой бы экономический рост сопровождался повышением благосостояния большинства населения нашей страны.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Консультации по учету и налогообложению
2. Доступно: <http://www.contabilitate.md/> [Дата обращения 19.04.2019 12:00]
3. Налоговый кодекс РМ
4. Доступно: <http://www.fisc.md/CodulfiscalalRM.aspx> [Дата обращения 19.04.2019 12:45]

TRECEREA DE LA SNC LA IFRS. PUNCTE FORTE PENTRU ADOPTAREA IFRS SWITCHING FROM SNC TO IFRS. STRENGTHS FOR ADOPTING IFRS

LAZARI LILIANA, ASEM
e-mail: liliana.lazari@ase.md

MALININ TATIANA
Academia Studiilor Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu –Bodoni, 61
e-mail autor: nekom1320@gmail.com

Abstract. *The purpose of this article is to present the vision on the general aspects of the application of IFRS by Republic of Moldova entities. The references take into account the purpose and importance of applying IFRS, as well as the advantages and disadvantages of applying them. To the present research was applied the method of analysis of accounting regulatory in force. Among the most relevant results can be mentioned the following: the entities benefit of a large number of advantages by adopting IFRS, but in order to achieve them, they may encounter some problems that can be solved*

Keywords: accounting standards, financial situations, implementation, strengths, switching , IFRS.

JEL CLASSIFICATION: M41

INTRODUCERE. Rolul aplicării IFRS este de a îmbunătăți comunicarea financiar-contabilă, transparența și crearea unui mediu credibil la nivel internațional. În Republica Moldova, perioada armonizării raportării financiare a entităților din RM cu Directivele Uniunii Europene (UE) și Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS) a fost din anul 2009, începând cu entitățile de interes public care erau obligate să adopte IFRS. Astfel, aceste entități trebuiau să treacă printr-un proces de tranziție de la contabilizarea și raportarea tranzacțiilor în conformitate cu Standardele Naționale de Contabilitate (SNC) la contabilizarea și raportarea acestora conform IFRS. Pentru entitățile din Republica Moldova trecerea la IFRS a constituit o adevărată provocare. Scopul adoptării IFRS este de a spori transparența, comunicarea și comparabilitatea informațiilor financiare

Însă, în prezent au dreptul să aplice IFRS, la propria inițiativă entitățile care aplică sistemul contabil în partidă dublă, altele decât instituțiile publice, acestea includ toate entitățile, cu excepția întreprinderilor individuale și gospodăriilor țărănești [1, art. 5, al. 11]. Entitățile date trebuie să indice în politicile contabile, modul de ținere a contabilității și raportării situațiilor financiare, în baza IFRS sau în baza SNC, și în cazul în care prevederile SNC și ale altor acte normative nu stabilesc unele reglementări prevăzute în IFRS,

entitatea este încurajată să aplice prevederile IFRS până la acceptarea lor de Guvernul Republicii Moldova [2, art. 4, al.5].

Entitățile care adoptă IFRS pentru prima dată, trebuie să se conducă după cerințele IFRS 1 “Adoptarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară pentru prima dată” [3] și de “Recomandările metodice privind tranziția de la Standardele Naționale de Contabilitate la Standardele Internaționale de Raportare Financiară” [2]. Conform Recomandărilor metodice privind tranziția de la SNC la IFRS [3], entitățile trebuie să efectueze tranziția de la următoare perioadă de gestiune, parcurgând următoarele etape:

- Stabilirea datei trecerii la IFRS și a primei date de raportare;
- Identificarea diferențelor dintre politicile contabile existente și cele prevăzute de IFRS la selectarea politicilor contabile și elaborarea planului de conturi în conformitate cu IFRS;
- Întocmirea bilanțului de deschidere IFRS, inclusiv identificarea diferențelor aferente: recunoașterii activelor și datoriilor; evaluării activelor și datoriilor prin (1) luarea deciziei privind aplicarea/neaplicarea uneia sau a mai multora dintre excepțiile facultative și (2) aplicarea excepțiilor obligatorii aferente aplicării retroactive a cerințelor unor IFRS; ajustarea diferențelor dintre SNC și IFRS aferente recunoașterii și evaluării activelor și datoriilor;
- Reconcilierea elementelor din primele situații financiare IFRS;
- Prezentarea informațiilor în primele situații financiare IFRS.

CONȚINUTUL DE BAZĂ. În continuare, se vor prezenta unele diferențe dintre SNC și IFRS, punctele forte a IFRS versus SNC:

- Modul de întocmire a situațiilor financiare. Conform SNC “Prezentarea situațiilor financiare” [4], avem o formă fixă de întocmire a situațiilor financiare, iar în conformitate cu IAS 1 “Prezentarea Situațiilor financiare” [3], entitatea își alege singură rândurile pe care dorește să le includă, în afară de cele obligatorii, în funcție de elementele pe care le deține și semnificația acestora, spre exemplu: entitatea are posibilitatea să desfășoare imobilizările corporale direct în situația poziției financiare dacă crede că acestea sunt relevante pentru utilizatori.
- Modificarea politicilor contabile. Conform SNC “Politici contabile, modificări ale estimărilor contabile, erori și evenimente ulterioare” [3], entitatea trebuie să modifice politicile contabile prospectiv, adică cu referință la viitor, entitatea va aplica prevederile politicilor contabile pentru perioada curentă și perioadele următoare, iar conform IAS 8 [4], entitatea trebuie să modifice politicile de contabilitate retrospectiv, adică modificând prevederile din politici contabile pentru tranzacțiile, alte evenimente și condiții ca și cum politica respectivă s-ar fi aplicat dintotdeauna, modificând și perioadele anterioare.
- Modul de recunoaștere a activelor pe termen lung/imobilizate și a celor pe termen scurt/circulante. Conform SNC “Imobilizări necorporale și corporale” [4], entitatea trebuie să recunoască un element ca activ circulant, dacă acesta va fi utilizat într-o perioadă de până 1 an, iar conform IAS 1 “Prezentarea Situațiilor financiare” [3, pct. 66, lit.(a)], entitatea clasifică un activ ca circulant, în cazul dacă se așteaptă să valorifice activul, sau intenționează să îl vândă sau să îl consume, în cadrul ciclului normal de exploatare, în unele situații acesta poate fi mai mare de 1 an.
- Modul de recunoaștere a activelor imobilizate deținute în vederea vânzării. Conform SNC “Stocuri” [4], acesta nu este prezentat în Situația poziției financiare într-un rând separat, astfel, nu este respectată prevederea IAS 1, iar orice active deținute în vederea vânzării sunt recunoscute ca mărfuri. Iar în conformitate cu IFRS 5 [3], acestea sunt prezentate în Situația poziției financiare într-un rând separat față de celelalte active deținute spre vânzare.
- Modul de recunoaștere a obiectelor de mică valoare și scurtă durată. Conform SNC “Stocuri” [4], acestea sunt elemente componente ale stocurilor. Iar conform IFRS [3], bunurile cu o durată de serviciu mai mare de un an, indiferent de valoarea unitară trec în componența imobilizărilor corporale, iar bunurile cu o durată de serviciu mai mic de un an - în componența materialelor sau direct la cheltuieli dacă costul acestora este nesemnificativ.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI: SNC sunt mai restrânse și sunt destinate în mare parte IMM-urilor, iar IFRS sunt mai desfășurate și prevăd prevederi mai concrete. Adoptând IFRS, entitățile vor beneficia de o calitate mai bună a informațiilor, care va fi prezentată mai exact și mai util pentru utilizatorii externi, informațiile din situațiile financiare vor deveni comparabile între entitățile care aplică IFRS din alte țări, va crește transparența informațiilor financiare, deoarece comunicarea va avea loc într-un limbaj comun, care va spori nivelul de încredere în datele prezentate și posibilitatea de atragere a investițiilor străine.

Însă, entitățile se pot confrunta cu dificultăți, ce țin de complexitatea procesului de implementare a IFRS, precum: nivelul scăzut de informare a utilizatorilor situațiilor financiare în raport cu IFRS, număr insuficient de specialiști care dețin cunoștințe cu privire la aplicarea IFRS, deosebiri dintre abordările privind recunoașterea activelor și datoriilor, a veniturilor și cheltuielilor. Rezolvarea acestora se va putea efectua prin: pregătirea personalului, apelarea la consultanți și modificarea programelor informatice de ținere a contabilității. Aplicarea IFRS ajută entitățile să întocmească situații financiare credibile și accesibile la nivel global.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

- 1) Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15 decembrie 2017 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova, Nr. 1-6 art Nr : 22 din 05 ianuarie 2018;
- 2) Recomandările metodice privind tranziția de la Standardele Naționale de Contabilitate la Standardele Internaționale de Raportare Financiară, aprobat prin Ordinul ministrului finanțelor nr. 69 din 17 septembrie 2009 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova Nr. 153-154 art Nr : 693 din 9 octombrie 2009;
- 3) Standardele Internaționale de Raportare Financiară, website: <http://mf.gov.md/ro/content/standardele-interna%C8%9Bionale-de-raportare-financiar%C4%83-2017-red-book>;
- 4) Standardele Naționale de Contabilitate , website: <https://www.contabilsef.md/category/snc-2015/>

ANALIZA COSTURILOR OPERAȚIUNILOR DE EXPORT ALE ÎNTREPRINDERII

NATALIA ȚIRIULNICOVA

Academia de Studii Economice din Moldova,
Chișinău, Strada Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
Telefon: + 37379516095
e-mail: tiriulnicova.natalia@ase.md

GURDUZ LUCIANA

Academia de Studii Economice din Moldova,
Chișinău, Strada Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail autor: luciana.gurduz@gmail.com

Abstract. *This article is aimed to analyse the costs of export transactions of an entity. Nowadays, this subject is actual and has to be attentively and thoroughly examined by the entity to reduce the expenditures of export operations. The research was done through the following methods: studying informational sources in the researched field; the examination of transactional situations in the business of an exporting undertaking; application of procedures and tools for financial analysis of export operations and logical and comparative analysis of final results. The final results have shown that for an efficient economic activity of an enterprise the level of costs per one monetary unit of export revenues should have a decreasing dynamic.*

Key words: *export, costs of transaction, export revenues, costs per 1 leu sales revenues, economic efficiency, decision.*

JEL CLASSIFICATION: D21, D22, D23, D31, F10

INTRODUCERE. Operațiunile de export au fost dintotdeauna atractive pentru producătorii autohtoni din Republica Moldova. În primul rând acest lucru se datorează faptului că prețurile pe

piețele externe sunt de obicei majorate și mai atrăgătoare decât prețurile interne pentru aceleași bunuri. Totodată, efectuarea operațiunilor de export necesită suportarea cheltuielilor și costurilor suplimentare aferente. Respectiv, nu întotdeauna câștigul în preț este suficient pentru compensarea acestor cheltuieli de export.

De aici rezultă importanța analizei costurilor de export înainte de a lua decizia privind efectuarea exporturilor. Din aceste considerente, obiectivul principal al cercetării constă în analiza costurilor de export ale entității prin utilizarea diverselor instrumente analitice și luarea deciziei finale în concordanță cu rezultatele obținute în urma cercetărilor.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

În vederea atingerii obiectivelor propuse și analizei economico-financiare, au fost cercetate și studiate sursele literare menționate mai jos. Pentru aplicarea practică a acestor informații științifice au fost colectate informații ale departamentului contabil al entității „X” SRL din Chișinău care exportă în România struguri de masă Societății Comerciale “Y”.

Pentru a elabora prezentul articol, au fost utilizate diverse metode, precum: studierea surselor literare de informare în domeniul cercetat; examinarea situațiilor tranzacționale din activitatea comercială a unei întreprinderi exportatoare de struguri de masă; aplicarea procedeelelor și instrumentelor de analiză financiară a operațiunilor de export și analiza logică și comparativă a rezultatelor finale.

Cercetarea științifică se bazează pe calculul costurilor la 1 leu venituri din vânzări, ca raport dintre costurile totale ale tranzacției de export și veniturile din export. Pentru analiza costurilor de export au fost aplicate două instrumente analitice: examinarea sumelor absolute a costurilor de export și examinarea mărimii relative a costurilor de export la 1 leu venituri din vânzări. Pentru a compara aceste instrumente a fost făcut apel la exemplul real din cadrul entității „X” SRL. În a. 2016 volumul vânzărilor a fost mai mic, ceea ce a necesitat mai puține cheltuieli de export, în a. 2017 însă, odată cu creșterea veniturilor din export se măresc considerabil și costurile tranzacției de export. Indicatorul supus cercetării, costul la 1 leu venituri din vânzări, se reduce în dinamică cu 2,81 bani la 1 leu, ceea ce este un factor pozitiv pentru activitatea operațională a întreprinderii.

Tabelul 1

Costurile tranzacției de export ale entității „X” SRL

Indicatorii	Anul precedent, 2016	Anul current, 2017
1. Cost de procurare	480000	600000
2. Cheltuieli comerciale, inclusiv:	144030	147625
2.1. costuri de informare	4300	4300
2.2. costuri de contractare și monitorizare a contractului	5200	5200
2.3. costurile aranjamentelor (certificarea, declararea, vămuirea)	7700	7700
2.4. costul forței de muncă	15975	17000
2.5. cheltuieli ocazionale	1800	2300
2.6. costul ambalajului	108000	109775
2.7. alte cheltuieli	1055	1350
Costuri totale (r.1+r.2)	624030	747625

Sursa: elaborat de autor în baza datelor oferite de entitate

Tabelul 2
Eficiența operațiunilor de export ale entității „X” SRL

Indicatori	Anul precedent, 2016	Anul current, 2017
1. Venituri din export, lei	924000	1155000
2. Costurile tranzacției de export, lei	624030	747625
3. Costurile la 1 leu venituri din vânzări, bani la 1 leu	67,54	64,73

Sursa: elaborat de autor în baza datelor oferite de entitate

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În urma cercetării costurilor de export, diminuarea indicatorului analizat reprezintă o dovadă a creșterii eficienței operațiunilor de export efectuate de către întreprindere. Activitatea sa e imposibilă fără existența cheltuielilor. Însă pentru asigurarea unei eficiențe economice a activității entității e necesar ca aceste cheltuieli să fie la un nivel acceptabil, așa precum este demonstrat în prezentul articol. Respectiv, înainte de a iniția procesul de export entitatea este nevoită să analizeze financiar potențialul ei de acoperire a cheltuielilor și de maximizare a veniturilor din export, astfel încât indicatorul costuri la 1 leu venituri din vânzări să fie în descensiune.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. PALIU-POPA Lucia. *Contabilitatea și fiscalitatea tranzacțiilor de comerț exterior – Aprofundări teoretice și aplicative*. București, 2014. 397p., ISBN 978-606-26-0019-8.
2. POPA Ioan. *Tranzacții Comerciale Internaționale*. București, 1997. 448 p., ISBN 9739198872.
3. BĂNCILĂ Natalia. *Evaluarea financiară a întreprinderii*. Chișinău, 2005. 219 p., ISBN 9975753027.
4. *Revista / Journal „ECONOMICA” nr.1(65) Chișinău, 2009.*
5. GHERGIU A. *Analiza economico – financiară la nivel microeconomic*. București, 2004. 320 p., ISBN 9737090292
6. <http://customs.gov.md/ro/content/tarifal-vamal-integrat-al-republicii-moldova#>
7. <http://www.customs.gov.md/ro/content/introducerea-%C5%9Fi-scoaterea-m%C4%83rfurilor>
8. <http://lex.justice.md/md/346117/>

PARTICULARITĂȚILE CONTABILITĂȚII CHELTUIELILOR ȘI VENITURILOR LA GRĂDINILE ZOOLOGICE

ACCOUNTING PARTICULARITIES OF EXPENSES AND INCOME IN ZOO

CARAMAN STELA, lector universitar
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu –Bodoni, 61
e-mail: caraman@ase.md

MALININ TATIANA
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu –Bodoni, 61
e-mail: nekom1320@gmail.com

Abstract. This article is continuation of research about accounting of exhibits of the animal kingdom at the zoo from Chisinau, which is performed on the basis of interviews with zoo bookkeepers and analysis of accounting regulatory in force. In this article, the author have proposed to herself to study the accounting particularities of expenses and income at the Zoo from Chisinau, namely: what kind of expenses and maintenance costs of animals have zoo from Chisinau, if zoo calculates the amortization of animals, how are used earned revenue, as well as how are managed these and other subjects.

Among the most relevant results can be mentioned the following: the collected revenues, their structure, the number of visitors, the revenues of each type of service are not organized, and there is no analytical evidence of all material assets accounts and that there is no control over their use, what led to expenses growth that exceed collected revenues.

Key words: *exhibits of the animal kingdom, accounting, maintenance costs, expenses, amortization.*

JEL classification: M41

INTRODUCERE. Importanța acestei lucrări rezidă în evidențierea particularităților de contabilizare a cheltuielilor și veniturilor în cadrul grădinilor zoologice.

Dintre obiectivele de cercetare propuse de către autor în cercetarea dată pot fi menționate: studierea componenței cheltuielilor și veniturilor în cadrul grădinilor zoologice, analiza modului de utilizare a veniturile încasate, precum și a modului de gestionare a acestora.

Drept obiect de cercetare al prezentei lucrări a fost ales Grădina Zoologică din or. Chișinău. Grădina Zoologică este situată în partea de sud-est a orașului, întinzându-se pe o suprafață de 25 hectare.

CONȚINUTUL DE BAZĂ. Conform Legii nr.1538-XIII din 25.02.98 privind fondul ariilor naturale protejate de stat [1] și Regulamentului-cadru cu privire la grădinile zoologice, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.785 din 03.08.2000 [3], "*Grădina Zoologică*" este instituție științifică de culturalizare și instruire, care se formează prin hotărârea Parlamentului, la propunerea Guvernului Republicii Moldova, urmând să fie finanțată de la bugetul de stat, din mijloacele extrabugetare, din fonduri ecologice, din donații ale persoanelor fizice și juridice, din alte mijloace speciale. Prin urmare, Grădina zoologică din Chișinău este o instituție bugetară, neplătitoare de TVA, finanțată din contul bugetului local.

Toate veniturile Grădinei Zoologice se trec în componența veniturilor municipiului Chișinău, rezultând că bugetul Grădinei Zoologice este parte componentă a bugetului municipal.

De specificat este faptul, că cheltuielile Grădinei Zoologice depășesc cu mult veniturile încasate.

Din componența cheltuielilor Grădinii Zoologice fac parte: cheltuielile de întreținere și îngrijire a animalelor, cheltuielile cu salariile angajaților, cheltuielile cu serviciile veterinare proprii și de reparație etc.

Ținem să subliniem faptul, că procurarea hranei pentru animale și a altor bunuri de către Grădina Zoologică se efectuează în baza *Legii privind achizițiile publice nr. 131 din 03 iulie 2015* [2]. În acest scop se organizează licitații, prin care are loc selectarea agenților economici care vor furniza bunurile solicitate.

La decontarea hranei consumate de către animale se întocmește următoarea formulă contabilă:

Debit 221190 „Cheltuieli privind utilizarea altor materiale”

Credit 339230 „Casarea altor materiale”

Trebuie de menționat, că în cadrul Grădinii Zoologice este organizat *Serviciul Veterinar* specializat în prestarea serviciilor de îngrijire a animalelor. În scopul prestării serviciilor respective, se consumă diverse preparate medicamentoase, la decontarea cărora se întocmește formula contabilă:

Debit 221140 „Cheltuieli privind utilizarea medicamentelor și materialelor sanitare”

Credit 339230 „Casarea medicamentelor și materialelor sanitare”.

Reparația volierilor animalelor se efectuează cu forțele proprii, iar valoarea materialelor de construcții utilizate se reflectă prin formula contabilă:

Debit 221170 „Cheltuieli privind utilizarea materialelor de construcții”

Credit 337230 „Casarea materialelor de construcție”.

Grădina zoologică mai suportă cheltuieli pentru menținerea curățeniei în cadrul volierilor animalelor. La valoarea materialelor de uz gospodăresc utilizate în acest scop se întocmește formula contabilă:

Debit 221160 „Cheltuieli privind utilizarea materialelor de uz gospodăresc și rechizitelor de birou”

Credit 336230 „Casarea materialelor de uz gospodăresc și rechizite de birou”.

Personalul angajat la Grădina Zoologică este divers, cum ar fi: muncitori, veterinari, laboranți, zoologi, zootehnicieni, etc., care se ocupă cu hrănirea, îngrijirea și monitorizarea stării fizice a animalelor. Salariile calculate tuturor angajaților din cadrul Grădinii Zoologice se contabilizează prin formula contabilă:

Debit 211180 „Remunerarea muncii angajaților conform statelor”

Credit 519410 „Datorii față de personal pentru remunerarea muncii”.

Grădina zoologică nu suportă cheltuieli cu amortizarea animalelor. Conform prevederilor Normelelor metodologice privind evidența contabilă și raportarea financiară în sistemul bugetar [4], uzura nu se determină pentru următoarele mijloace fixe: [...] expozate ale regnului animal (din grădinile zoologice și alte instituții similare).

CONCLUZII/RECOMANDĂRI. În urma cercetărilor efectuate, autorul a constatat că în cadrul Grădinii Zoologice nu sunt analizate veniturile încasate, structura acestora, numărul de vizitatori, nu este organizată evidența veniturilor pe fiecare tip de serviciu prestat și, că nu sunt atribuite responsabilitățile de verificare a modului de prestare a serviciilor. În aceste condiții, sunt iminente riscurile de utilizare neconformă, contrar destinației a bunurilor Grădinii Zoologice, creând premise de ratare a veniturilor pasibile încasării. Astfel, se recomandă organizarea evidenței analitice a veniturilor și efectuarea periodică a analizei încasărilor din prestarea serviciilor cu plată cu informarea persoanelor responsabile.

De asemenea, s-a constatat că nu este ținută evidența analitică la toate conturile de evidență a bunurilor materiale și lipsește controlul asupra utilizării acestora. Aceasta a condus la denaturarea datelor privind consumul efectiv al acestora și, nemijlocit mărimea cheltuielilor. În această ordine de idei, se recomandă o gestionare mai eficientă a cheltuielilor în scopul optimizării acestora.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Legea privind fondul ariilor naturale protejate de stat nr.1538-XIII din 25.02.98. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 1998, nr. 66-68.
2. Legii privind achizițiile publice nr. 131 din 03.07.2015. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2015, nr. 197-205.
3. Hotărârea Guvernului nr. 785 din 03.08.2000 pentru aprobarea Regulamentului-cadru cu privire la grădinile zoologice. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2000, nr. 102-105.
4. Ordinul Ministerului Finanțelor nr.216 din 28.12.2015 cu privire la aprobarea Planului de conturi contabile în sistemul bugetar și Normelelor metodologice privind evidența contabilă și raportarea financiară în sistemul bugetar. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2015, nr. 377-391.

ACCOUNTING TREATMENT OF FIXED ASSETS FROM THE PERSPECTIVE OF IAS 16 AND NAS

TRATAMENTUL CONTABIL AL MIJLOACELOR FIXE DIN PERSPECTIVA IAS 16 ȘI SNC

Conducător științific: MIHAILA SVETLANA, dr., conf. univ.,
ASEM, Adresa: R. Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61,
Telefon: + 37369526000,
email: svmihaila@gmail.com

Autor: BUSUIOC MARIA,
ASEM, Adresa: R. Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61,
e-mail autor: m-busuioc@mail.ru

Abstract: *This article presents the methods of treating fixed assets / tangible assets from both perspectives, concluding that although NAS, "Tangible and Intangible Assets" is taken from IAS 16, however, in some situations, the International Standard prescribes a different treatment and comes with some completions. The author used as methods of analysis observation, critical interpretation, documentation. Thus, the purpose of the research is to highlight the divergences and similarities interpreted by both standards.*

Keywords: *Fixed assets, tangible assets, International Accounting Standards, divergent and convergent, valuation at entry, valuation after recognition.*

JEL CLASSIFICATION: M40, M 41.

INTRODUCERE

În contextul unei economii globalizate, apare necesitatea uniformizării informațiilor contabile, pentru a realiza comunicarea printr-un limbaj comun între diferite țări. Prin urmare, numărul entităților care trec la raportarea financiară conform IFRS, este în continuă creștere, de aceea, obiectivul prezentei cercetări este de a realiza o analiză a modului de contabilizare al mijloacelor fixe din perspectiva reglementărilor naționale, precum și a tratamentului contabil prescris în special de IAS 16 „Imobilizări corporale”, prin identificarea divergențelor și convergențelor dintre acestea, cât și a aspectelor problematice întâlnite la contabilizarea imobilizărilor corporale conform IFRS.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Tratamentul contabil al mijloacelor fixe/imobilizărilor corporale, privit prin prima celor 2 standarde, cunoaște unele aspecte comune dar și unele divergențe, privind recunoașterea și evaluarea inițială precum și evaluarea ulterioară și amortizarea.

O problemă privind abordarea IAS 16, constă în faptul că acesta nu prescrie condiția legată de valoare și nici nu se regăsește definiția și noțiunea de mijloace fixe, ci doar cea de imobilizare corporală. Prin urmare, drept mijloc fix se înțelege acea imobilizare corporală, care: este deținută de entitate în vedere utilizării pentru producerea sau furnizarea de bunuri sau servicii, pentru a fi închiriate terților, sau pentru a fi folosite în scopuri administrative, și se preconizează că va fi utilizată pe parcursul mai multor perioade de gestiune [1, p.2].

În timp ce Standardul Național de Contabilitate, definește mijloacele fixe drept: imobilizări corporale transmise în exploatare, valoarea unitară a cărora depășește plafonul valoric prevăzut de legislația fiscală, sau pragul de semnificație stabilit de entitate în politicile sale contabile [2, p.1].

Actualmente, conform Codului Fiscal, art.26, alin.2, mărimea minimă a plafonului prevăzut pentru recunoașterea mijloacelor fixe este de 6 000 lei [3].

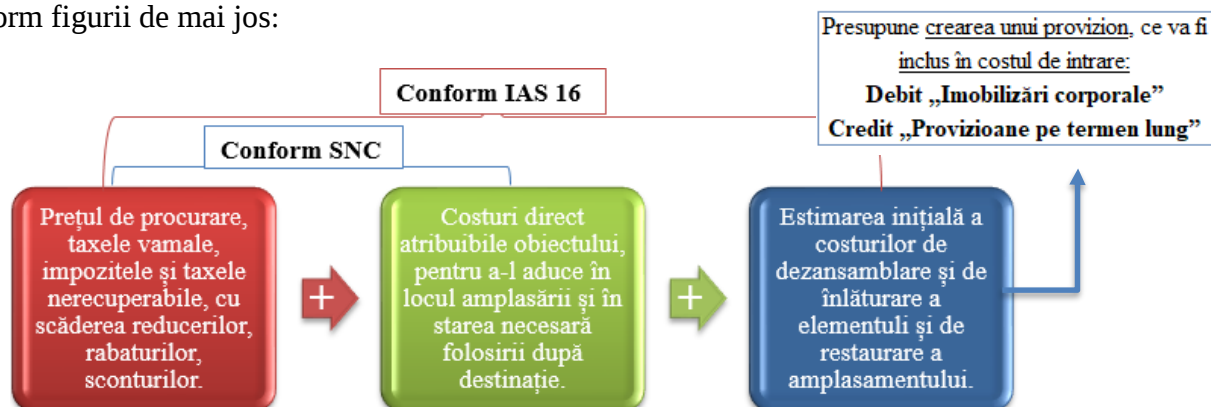
La nivel de recunoaștere inițială a mijloacelor fixe, standardul național prescrie efectuarea acestora pe obiecte de evidență, pentru care fiecare entitate în mod individual își stabilește respectivul nomenclator. [2, p.2].

Însă, dacă e să facem referire la IAS 16, atunci acesta nu prescrie unitatea de măsură pentru recunoaștere, adică ce reprezintă un element de imobilizare corporală, prin urmare se impune aplicarea raționamentului profesional [1, p.2]. Cu toate acestea, dacă după recunoaștere se utilizează ca model de evaluare bazat pe cost, fiecare parte dintr-un element de imobilizări corporale și echipamente cu un cost semnificativ în raport cu costul total al elementului se contabiliza și amortiza separat. [1, p.6].

Conform SNC, atunci când se face referire la piese de schimb, nu se aplică raționamentul profesional ci dintr-o dată se recunosc la contul 211.3 „Materiale. Piese de schimb” [4, p.4].

Însă, dacă vizăm IAS 16, atunci piesele de schimb, cele de service sunt recunoscute în conformitate cu acesta, atunci când corespund definiției imobilizărilor corporale, în caz contrar sunt incluse în categoria stocurilor [1, p.2].

Sub aspect tangențial, cele 2 standarde prescriu aceleași criterii de recunoaștere inițială. Ce ține de formarea costului de intrare a unui mijloc fix/ imobilizare corporală, atunci acesta se prezintă conform figurii de mai jos:



După [1] și [5]

Figura 1. Formarea costului de intrare al mijlocului fix/ imobilizării corporale

Sursa: elaborat de autor după [1, p.3], [2, p.2]

Ceea ce este specific pentru IAS 16 și nu se regăsește în contabilitatea națională este actualizarea sumelor și deducerea dobânzilor aferente creditului comercial la procurarea unei imobilizări corporale, dacă plata este amânată peste termenele normale, ale acestuia [1, p.4]. Prin urmare, plata amânată se actualizează inițial pentru fiecare an, până la scadență, iar diferența dintre valoarea actualizată și plata amânată se recunoaște drept costul dobânzii, imputându-se din costul de intrare.

După recunoașterea inițială, conform SNC, mijloacele fixe se evaluează la valoarea contabilă-modelul costului [2, p.3], însă ce ține de IAS 16, atunci entitatea are opțiunea de a alege fie între modelul bazat pe cost, și modelul de reevaluare [1, p.5]. Dacă entitatea dorește să aplice modelul reevaluării, atunci SNC face referință cu trimitere la IAS 16, nu este descrisă procedura în standardul național. Semnificativ este faptul că, în cazul aplicării celui de al 2-lea model, entitatea este obligată conform IAS 16, să reflecte diferențele într-un subcont distinct la contul „Alte elemente ale rezultatului global” [1, p.6], conform Planului general de conturi contabile, aceasta se va reflecta la contul „Alte elemente de capital propriu” cu denumirea „Surplus din reevaluare”

CONCLUZII. Putem menționa faptul ca la baza elaborării SNC „Imobilizări necorporale și corporale” sa ținut cont de armonizarea legislației și reglementărilor naționale, luându-se în calcul prevederile revăzute de IAS 16, dar și de cerințele Directivelor Uniunii Europene în domeniul contabilității, asigurându-se convergența dintre sistemul național de contabilitate și cel internațional.

Totuși, faptul că piața financiară din R. Moldova nu este atât de dezvoltată, aplicarea integrală a prevederilor IAS 16 este limitată, acesta fiind orientat către o economie cu piețe bursiere moderne.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Standardul internațional de contabilitate 16, Imobilizări corporale. Publicat de MF la 04 ianuarie 2018.
2. Standardul național de contabilitate „Imobilizări necorporale și corporale”. Publicat de Ministerul Finanțelor la 21 august 2017.
3. Codul fiscal, nr. 1163-XIII din 24.04.1997, republicat în **Monitorul Oficial al R. Moldova** la 08.02.2007.
4. Planul general de conturi contabile. Aprobare prin **Ordinul** Nr. 119 din 06 august 2013.
5. IAS 37 Provizioane, datorii contingente și active contingente.

AMORTIZAREA FISCALĂ PRIN PRISMA NOILOR REGLEMENTĂRI

FISCAL SAFETY IN ACCORDANCE WITH THE FOLLOWING REGULATIONS

Conducător științific: Lilia GRIGOROI
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Chișinău, str. Bănulescu Bodoni 59, Republica Moldova
lilia.grigori@ase.md

VIOLETA DABIJA
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Chișinău, str. Bănulescu Bodoni 59, Republica Moldova
violetadabija99@gmail.com

Abstract. *In this thesis are presented the main results regarding to the recent analysis of the changes of the regime of calculation the amortization for fiscal purposes and their impact on the "approaching" between the fiscal and the accounting rules. In carrying out of the research, we used the documentary analysis of the normative framework and of the specialized literature, testing the results through the case studies with concrete situations from an autochthonous entity. The results demonstrate a significant reduction of the complexity of the amortization calculation for the fiscal purposes for the future, but currently there are a lot of indistinctness and confusion .*

Keywords: *depreciation, straight-line method of depreciation, tax depreciation, accounting depreciation.*

JEL classification: M41

INTRODUCERE

Amortizarea imobilizărilor corporale este unul dintre cele mai importante elemente de cheltuieli care influențează semnificativ formarea rezultatelor financiare. În același timp, taxele de amortizare acumulate de către entitate constituie sursa de achiziție a unor imobilizări corporale noi. Este bine cunoscut faptul că regimul de calcul al amortizării în scopuri fiscale și în scopuri contabile este diferit și se obțin diferite valori ale amortizării. De ce este nevoie să se mențină două regimuri de calcul al amortizării imobilizărilor corporale? Poate de aceea că contabilitatea a provenit și s-a dezvoltat din timpuri străvechi ca un sistem coerent de înregistrare a evenimentelor din activitate economică a entității. Aceasta se folosește de către managementul entității pentru a evalua, planifica și prognoza activitățile, precum și pentru a furniza informații către utilizatorii externi. Pe când, contabilitatea fiscală se efectuează exclusiv în scopul impozitării. Informațiile obținute se folosesc doar de autoritățile statului, și în primul rând de inspectoratul fiscal. Pe parcursul anului 2018 au fost aprobate mai multe modificări ale regimului de calcul al amortizării în scopuri fiscale, care au intrat în vigoare începând cu 1 ianuarie 2019. În acest context, scopul cercetării noastre a fost să analizăm prin prisma noilor reglementări referitoare la amortizarea mijloacelor fixe dacă se vor păstra și în viitor diferențe între calculul amortizării în scopuri financiare și fiscale sau tindem spre armonizarea acestor două regimuri de amortizare.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Așa dar, amortizarea imobilizărilor corporale în scopuri financiare se calculează conform SNC „Imobilizări necorporale și corporale” [1]. Se calculează lunar pentru fiecare obiect de evidență, pornind de la valoarea amortizabilă a obiectului și durata de utilizare a acestuia. La calcularea

amortizării unei imobilizări pot fi aplicate următoarele metode: metoda liniară, metoda unităților de producție, metoda de diminuare a soldului. Entitatea alege de sine stătător metodele de amortizare și le specifică în politicile contabile. Metodele alese trebuie să reflecte modelul (schema) obținerii beneficiilor economice din utilizarea imobilizărilor de către entitate. În conformitate cu politicile contabile entitatea de asemenea calculează amortizarea unei imobilizări, începând cu data transmiterii în utilizare sau cu prima zi a lunii care urmează după luna transmiterii în utilizare. Respectiv, calcularea amortizării obiectului încetează la data expirării duratei de utilizare și/sau ieșirii obiectului sau începând cu prima zi a lunii care urmează după luna expirării duratei de utilizare și/sau ieșirii obiectului.

Amortizarea mijloacelor fixe în scopuri fiscale se calculează în conformitate cu prevederile Codului Fiscal al Republicii Moldova [2], Regulamentul privind evidența și calcularea amortizării mijloacelor fixe în scopuri fiscale [4] cu modificările ulterioare [3].

Contabilitatea și fiscalitatea amortizării mijloacelor fixe reprezintă un subiect foarte des abordat în literatura de specialitate, rețele de socializare, cursurile și training-urile de instruire. Interesul ridicat față de subiectul în cauză reiese din complexitatea modului de calcul al amortizării, atât în scopuri contabile, dar mai ales în scopuri fiscale. Printre autorii autohtoni care au studiat și cercetat contabilitatea și fiscalitatea imobilizărilor corporale se numără V. Bucur [5], L. Grigori [7], A. Graur [6], etc.

Începând cu 1 ianuarie 2019 regimul de amortizare în scopuri fiscale a suferit modificări [6] și amendamente importante, care în viziunea noastră, au ca scop simplificarea regimului fiscal de calcul al amortizării și armonizarea între amortizarea în scopuri fiscale și cea în scopuri contabile. Este vorba despre înlocuirea metodei soldului degresiv folosit în scopuri fiscale cu metoda liniară și trecerea de la calculul anual al amortizării în scopuri fiscale la calculul lunar. Așa dar, începând cu 1 ianuarie 2019 amortizarea în scopuri fiscale se va calcula prin utilizarea metodei liniare de amortizare. Noile reguli prevăd: evidența mijloacelor fixe urmează a fi efectuată per fiecare obiect de mijloc fix; calculul amortizării în scopuri fiscale urmează a fi utilizată doar prin aplicarea metodei liniare (până la noul sistem se utiliza metoda soldului degresiv); excluderea clasificării mijloacelor fixe pe categorii de proprietate și gruparea mijloacelor fixe în funcție de durata de funcționare utilă conform catalogului aprobat de Guvern; păstrarea plafonului valoric pentru clasificarea imobilizărilor corporale drept mijloace fixe.

La etapa de tranziție entitățile urmează să determine baza valorică pentru fiecare obiect de imobilizări corporale, care anterior erau raportate la categoriile II-Y de proprietate. În fiecare caz separat sunt prezente aspecte dubioase și confuze, care necesită explicații suplimentare.

REZULTATE ȘI CONCLUZII

Din rezultatele cercetării derivă că noile modificări și amendamente privind calculul amortizării în scopuri fiscale va simplifica procedura de calcul și timpul necesar pentru calculul amortizării în scopuri fiscale, însă nu va duce la contopirea acestor două regimuri de calcul al amortizării, cel puțin pentru imobilizările corporale existente la entitate până la 1 ianuarie 2019. Ar fi posibilă o contopire a acestor două regimuri de calcul, doar în cazul intrărilor de mijloace fixe după 1 ianuarie 2019, cu condiția prevalenței regulilor fiscale în calculul amortizării în scopuri contabile (financiare).

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

- 1) Ordin privind aprobarea Standardelor Naționale de Contabilitate nr. 118 din 06.08.2013. În: Monitorul Oficial nr.177-181/1224 din 16.08.2013. https://mf.gov.md/sites/default/files/legislatie/snc-ordin_nr.118_0.pdf
- 2) Codul fiscal al Republicii Moldova <http://www.fisc.md/>
- 3) Legea Nr. 288 din 15.12.2017 cu privire la modificarea și completarea unor acte legislative. În: Monitorul Oficial Nr. 464-470 din 29.12.2017. <http://lex.justice.md/md/373510%20/>
- 4) Hotărârea Guvernului pentru aprobarea Regulamentului privind evidența și calcularea amortizării mijloacelor fixe în scopuri fiscale. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.289 din 14.03.2007. <http://lex.justice.md/viewdoc.php?id=322138&lang=1>

- 5) BUCUR, V. Aspecte privind amortizarea mijloacelor fixe în scopuri contabile și fiscale. Analele ASEM, ediția a XI-a. Nr.1 / 2013.
http://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/68/26V_Bucur_Aspecte.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 6) BUCUR, V., GRAUR, A. Contabilitatea impozitelor: teorie și practică. Chișinău: ASEM, 2016.
- 7) GRIGOROI L. ș.a. Contabilitatea întreprinderii. Chișinău: Editura Cartier, 2017.113 p.

ERA DIGITALĂ ȘI VIITORUL PROFESIEI CONTABILE

DIGITAL ERA AND THE FUTURE OF ACCOUNTING PROFESSION

Muntean Neli, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu- Bodoni, 61, MD-2005
Datele de contact ale coordonatorului: tel. (+373) 69182160
email: nelimuntean8@gmail.com

Nicolaescu Ana Maria, stud., anul I, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu- Bodoni, 61, MD-2005
Datele de contact ale autorului: tel. (+373) 79655060
email: am.nicolaescu00@gmail.com

Abstract. *The accounting study object did not suddenly appear in the full structure. He has stood out for a long time, appearing as a necessity. But in the age of globalization and digitization, all the concepts formed over the past centuries are changing rapidly, so we cannot say that the accounting profession will remain the same. The objectives of this research are to establish the stages of defining the subject of accounting; determining the impact of globalization and digitization on the accounting profession. Finally, we have established that in the context of technological progress and globalization, practitioners and future accountants need to develop a new set of skills to cope with new changes.*

Key words: *accounting profession, accountant, accountants' challenges, accountant's skills..*

JEL Classification: M40, N01, I25

Introducere. Obiectul de studiu al contabilității nu a apărut dintr-o dată în structura completă. El s-a conturat într-o perioadă lungă de timp, apărând ca o necesitate. Având în vedere evoluția istorică a definirii obiectului contabilității, putem concluziona ca aceasta are ca obiect de studiu patrimoniul, reflectat de ansamblul valorilor concrete și abstracte, mișcarea acestora în procesul aprovizionării, producției, desfacerii și rezultatele activității date. Însă în contextul globalizării și digitalizării, toate conceptele formate în decursul veacurilor anterioare sunt modificate în ritm tot mai rapid, astfel că nu putem afirma că profesia contabilă va rămâne aceeași. Conform studiului efectuat de ACCA [1], 59 % din practicieni sunt total sau parțial de acord cu ideea că tehnologiile vor acapara procesarea documentelor primare în evidența contabilă. De asemenea 84 % sunt total sau parțial de acord că acest fenomen va permite practicienilor din domeniu să-și focalizeze atenția asupra creării unui produs mai valoros. Astfel majoritatea practicienilor sunt de părerea ca contabilitatea trebuie să îmbrățișeze tehnologia pentru a oferi servicii de valoare mai mare - dar care poate necesita capacități pe care nu le au.

Obiectivele acestei cercetări sunt de stabilirea etapelor de definire obiectului contabilității; determinarea impactului globalizării și digitalizării asupra profesiei contabile.

Analiza surselor bibliografice. Drept bază teoretică și metodologică de cercetare au servit lucrările fundamentale ale savanților din Republica Moldova, România, S.U.A., statele C.S.I. și din alte țări, actele normative și legislative ale Republicii Moldova.

Descrierea metodei de cercetare utilizată. În procesul cercetării s-a aplicat metoda universală a dialecticii și procedeele acesteia: inducția și deducția, analiza și sinteza, abstracția științifică, analogia, corelarea, precum și metodele analizei economice de prelucrare a informației: compararea, gruparea, etc.

Rezultatele obținute

Definirea obiectului contabilității se regăsesc trei etape :

I-a etapă, până la anul 1494, când însemnările contabile aveau un caracter sporadic și nesistematic.

II-a etapă, situată între 1494 și 1795, când lucrările cu caracter contabil au urmărit delimitarea contabilității ca disciplină, fixând pentru aceasta un perimetru concret.

III-a etapă, după 1795, îi asigura contabilității, prin studiile și cercetările efectuate, caracterul de știință independentă cu obiect și metode proprii.[2]

Actualmente, însă mega trendurile cu care se confruntă omenirea , inclusiv schimbările climatice, a patra revoluție industrială, globalizarea și inteligența artificială, impune profesiei contabile necesitatea atragerii de profesioniști calificați pentru a oferi servicii calitative necesare afacerilor din secolul XXII. Inovațiile în tehnologie au făcut ca domeniul financiar-contabil să devină o piață globală. Având în vedere

evoluția economiei mondiale aflată într-un proces ireversibil de globalizare, putem considera că sistemul contabil se află în faza unei "concilierii istorice" în cadrul căreia diversele sisteme de contabilitate își redefinesc cadrul conceptual în dorința de a satisface noile cerințe informaționale. În contextul progresului tehnologic și a globalizării contabilității practicienii dar și viitorii contabili trebuie să dezvolte un nou set de aptitudini, pentru a face față noilor schimbări [3].

CONCLUZII

1. Am constatat că profesia contabilă a fost o necesitate pentru economie din cele mai vechi timpuri, acesta modificându-se în permanență pentru a răspunde noilor cerințe ale pieții.

2. Am stabilit că digitalizarea va remodela profesia contabilă, profesia confruntându-se provocări precum: dezvoltarea unei dependențe excesive de soluții ce nu necesită resurse umane; securitatea cibernetică; lipsa abilităților de utilizare a tehnologiilor avansate și de comunicare. Dar totodată acesta oferă oportunități precum: reducerea costurilor; reducerea erorilor de calcul și de transpunere a datelor inițiale; oferă instrumente pentru analiza avansată

3. Am conchis că orice reprezentant al profesiei pentru a se adapta noilor cerințe ale pieței trebuie să dezvolte următoarele calități : abilități analitice; sens de afaceri; inteligența digitală; creativitatea; capacitatea de a comunica eficient; abilități de relaționare.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

[1]<https://www.accaglobal.com/content/dam/ACCAGlobal/Technical/Future/generation-next-full-report.PDF>.

[2] <http://expertissimo.ro/scurta-istorie-contabilitatii/>

[3]<https://uniprojectmaterials.com/accounting/the-impact-of-globalization-on-the-accounting-profession/project-topics-materials-for-final-year-students>

SOME ASPECTS OF THE ORGANIZATION OF MANAGEMENT CONTROL OF INVENTORIES IN THE ACTIVITY OF ENTERPRISES

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ ЗАПАСОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Научный руководитель: ГРАБАРОВСКАЯ Людмила, др. эк. наук
Молдавская Экономическая Академия, Республика Молдова, Кишинев,
ул. Митрополит Г. Бэнулеску-Бодони 61, тел. (+ 373 22) 40-28-14,
grabarovschi.ludmila.vasile@ase.md

Автор: ДИМОВА Анна, студентка 3 курс, гр. CON 165
Молдавская Экономическая Академия, Республика Молдова, Кишинев,
ул. Митрополит Г. Бэнулеску-Бодони 61
anna-dimova@mail.ru

Abstract: Management control is an information system which accumulates and uses information in order to evaluate the performance of the enterprise. Management control of inventories along with budgetary work, calculation of cost and piloting is an important management tool. Aspects of management control are current. Inventories are among the assets that require big investments, and therefore represent one of the factors that determine the policy of the enterprise as a whole and require control. For management control to be effective, it is necessary to implement a developed management policy. In the article it is addressed the inventory management policy.

Keywords: management control, cost of sales, inventories, net realizable value, FIFO

JEL Classification: M41

Введение. В современных условиях рыночной экономики и при достаточно ощутимой конкуренции, основной целью любого предприятия является обеспечение роста прибыльности. Для достижения этой цели предприятия стремятся к совершенствованию системы управления путем внедрения инструментов и механизмов управления, которые обеспечивают решение актуальных управленческих проблем на основе информации, предоставленной бухгалтерским учётом и управленческим контролем.

Сущность управленческого контроля состоит в сравнении результатов работы с планами, нормами и стандартами, а также в устранении возникающих отклонений. Контроль - фундаментальный элемент процесса управления. Ни планирование, ни формирование организационной структуры, ни мотивация не могут рассматриваться в отрыве от контроля. Таким образом, можно констатировать, что контроль - это количественная и качественная оценка и учет результатов деятельности экономического субъекта.

Для того чтобы управленческий контроль стал эффективным, необходимо придерживаться разработанной политики управления, в рассматриваемом случае это политика управления запасами на основе системного подхода. Запасы представляют собой один из важнейших факторов обеспечения постоянства и непрерывности деятельности предприятия. На уровне фирм запасы относятся к числу объектов, требующих больших капиталовложений, и поэтому представляют собой один из факторов, определяющих политику предприятия в целом и требующих контроля.

Основное содержание. Анализ литературных источников показывает, что вопросам управленческого контроля, как оценочных критериев деятельности экономического субъекта, уделяется особое внимание. Фундаментальное значение в развитии теоретико-методологических аспектов учета и управленческого контроля запасов имеют работы отечественных исследователей: В. Цуркану, А. Недерица, А. Быркэ, Е. Бажерян, М. Бажан, К. Буган, С. Михаилэ, А. Попович и др. Используя такие методы исследования как наблюдение, сравнение, описание, анализ и синтез, а также основываясь на методологии осуществления

управленческого контроля запасов, были определены пути к решению его методических вопросов.

Политика управления запасами представляет собой часть общей политики управления оборотными активами предприятия, заключающейся в оптимизации общего размера и структуры запасов, минимизации затрат по их обслуживанию и обеспечении эффективного контроля за их движением. Разработка политики управления запасами охватывает ряд последовательно выполняемых этапов (работ), основными из которых являются: анализ запасов в предшествующем

периоде, определение целей формирования запасов, оптимизация размера основных групп текущих запасов, оптимизация общей суммы запасов, построение эффективных систем контроля за движением запасов на предприятии, реальное отражение в финансовом учёте стоимости запасов в условиях инфляции.

Основной задачей анализа запасов является выявление уровня обеспеченности производства и реализации продукции соответствующими запасами в предшествующем периоде и оценка эффективности их использования. Целями создания запасов на предприятии являются обеспечение текущей производственной и сбытовой деятельности, накопление сезонных запасов, связанных с непредвиденными колебаниями спроса и др.

Оптимизация размера основных групп текущих запасов чаще всего осуществляется с применением «Модели экономически обоснованного заказа». Модель экономически обоснованного размера заказа позволяет оптимизировать пропорции между суммой затрат по размещению заказов и суммой затрат по хранению запасов на складе таким образом, чтобы совокупная их сумма была минимальной.

Основной задачей систем контроля за движением запасов на предприятии является своевременное размещение заказов на пополнение запасов и вовлечение в хозяйственный оборот излишне сформированных их видов. Среди систем контроля за движением запасов в странах с развитой экономикой наиболее широкое применение получили „Система ABC“, XYZ-анализ и логистика.

В связи с изменением номинального уровня цен на товарно-материальные ценности в условиях инфляционной экономики, цены, по которым сформированы их запасы, требуют соответствующей корректировки к моменту производственного потребления или реализации этих активов. В практике управленческого контроля для отражения реальной стоимости запасов может быть использован метод ЛИФО, который запрещен к применению стандартами бухгалтерского учёта. ЛИФО позволяет получить реальную оценку этих активов в условиях инфляции и эффективней управлять стоимостной формой движения запасов.

Результаты и выводы. В связи со стремлением соответствия национальных бухгалтерских регламентов положениям Директивы 2013/34/ЕС рекомендуется включение метода ЛИФО в национальные стандарты бухгалтерского учёта. Учитывая необходимость для ряда предприятий последующей оценки запасов по чистой стоимости реализации (ЧРС), отечественными исследователями для учёта возникающих разниц между ЧСР и балансовой стоимостью предлагается в Общий план счетов добавить отдельный счет либо открыть субсчета в составе счетов, предназначенных для учёта запасов. Практическое использование предложенных рекомендаций, основанных на политике управления запасами, дает возможность формирования эффективной системы управленческого контроля на предприятии.

Библиография

1. Закон о бухгалтерском учете и финансовой отчетности №287-XVI от 15.12.2017. В: Monitorul Oficial Nr. 1-6, статья №: 22, 05.01.2018.
2. Национальные стандарты бухгалтерского учета, утвержденные Приказом Министерства Финансов РМ № 118 от 06.08.2013. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [lex.justice.md/UserFiles/File/2013/mo233-237md/SNC_1533.doc_\(дата обращения: 26. 03.2018\).](http://lex.justice.md/UserFiles/File/2013/mo233-237md/SNC_1533.doc_(дата обращения: 26. 03.2018).)

3. ȚURCANU, V., MIHAILA S. *Contabilitate de gestiune & Control de gestiune: (în industria prelucrătoare)*. Chișinău: ASEM, 2015, - 231 p. ISBN 978-9975-75-740-9.
4. А. НЕДЕРИЦА, А. ПОПОВИЧ, Probleme aferente evaluării inițiale și ulterioare a stocurilor, Conferința științifică internațională consacrată celei de-a 25-a aniversări a ASEM "25 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic", Кишинёв, 2016, том 4, 216 с, ISBN 978-9975-75-838-3
5. А. ВЬПТОСУ, Abordări naționale și internaționale privind definirea, componenta și evaluarea stocurilor, Conferința științifică internațională «Contabilitatea și profesia contabilă în era provocărilor», Кишинёв 2017, издание 6, 405с, ISBN 978-9975-127-50-9

SECȚIUNEA VII: Jurisprudență națională și europeană

THE PRACTICE OF THE REPUBLICA OF MOLDOVA AND OTHER STATES IN THE PREVENTION OF JUVENILE DELINQUENCY

PRACTICA REPUBLICII MOLDOVA ȘI A ALTOR STATE ÎN PREVENIREA DELICVENȚEI JUVENILE

Conducător Științific: dr., lector superior TIGHINEANU ALEXANDRA,
Academia de Studii Economice a Moldovei, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni
61, Republica Moldova.
e-mail: tighineanu-alexa@mail.ru

Studenta: SIMONOV ALINA,
Academia de Studii Economice a Moldovei, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni
61, Republica Moldova.
e-mail: lina.simonov28@gmail.com

Abstract. *The article includes the analysis of many international standards, which have in their view the children with delinquent behavior in conflict with the law.*

Analyzing the causes and factors involved in the occurrence of the minor's offending behavior, any state should introduce and develop training programs for those investigating child-related causes as well as develop specific programs to prevent juvenile delinquency

Key words: *delinquent, preventing, crime, minors, international standards, law enforcement bodies, non-governmental organizations, causes and factors, behaviour, states.*

JEL CLASSIFICATION: K32, K14.

INTRODUCERE

Drumul foarte lung și complex pe care îl parcurge copilul de la existența biologică la cea socială este, în esență, drumul umanizării și socializării acestuia. Procesul de umanizare și socializare a ființei umane nu este un fenomen simplu, supus unei coordonări totale și certe. Pe tot parcursul acestui proces intervin un complex de factori care favorizează dezvoltarea conduitei fie în sens pozitiv, fie în sens negativ[1]. Prin această lucrare ne propunem să facem un studiu comparativ dintre practica de prevenire a comportamentului delecvent al minorilor din Republica Moldova și alte State din Europa centrală și de Est.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Subiecții prevenirii infracțiunilor săvârșite de minori sunt organele de drept, autoritățile și instituțiile publice, organizațiile neguvernamentale, precum și persoanele cu funcții de răspundere, și cetățenii care sunt implicați în prevenirea fenomenului criminalității minorilor. Cel mai des aceștia sunt investiți cu anumite împuterniciri și folosesc în acțiunile lor metode specifice bazate pe particularitățile psihologiei, pe situația juridică, posedând un complex de măsuri de influență nu doar asupra minorilor, ci și asupra persoanelor care se ocupă de educația acestora[2;p.34].

În **Republica Moldova** organele care se ocupă de prevenirea infracțiunilor sunt:

- subdiviziunile organelor de urmărire penală, care asigură prevenirea crimelor minorilor, concomitent cu funcțiile lor principale de descoperire și curmare a acestora;
- poliția are principala datorie de a crea un mediu de siguranță și protejat pentru toți, prin reducerea infracțiunilor, prevenirea acțiunilor care ar putea amenința siguranța indivizilor și

comunitatea în ansamblu, prin investigarea delictelor și trimiterea în judecată a făptașilor chiar dacă sunt persoane minore.

- procuratura, în principiu, se ocupă cu coordonarea activității tuturor organelor de drept, care se ocupă cu profilaxia și combaterea criminalității.

- instanțele judecătorești sunt acele instituții care în final asigură prevenirea specială prin condamnarea persoanelor care au comis o crimă, fie vorbim despre persoane mature, fie de minori[3].

Dacă e să facem un aspect comparativ de prevenire a infracțiunilor juvenile din Republica Moldova cu alte state, atunci rămâne să remarcăm foarte multe momente .

În statele europene sunt întâlnite pe larg judecătorii speciale dedicate minorilor, cum ar fi, de exemplu, în **Anglia** și **Țara Galilor**, unde jurisdicția pentru minori este îndeplinită de Tribunalul pentru Minori[4;p.6].

Chiar dacă în Republica Moldova, după 18 ani orice persoană este judecată ca un adult, în **Germania**, în afară de Tribunalele obișnuite pentru tineret, care judecă minorii cu vârsta între 14-18 ani, există și Tribunale speciale pentru tinerii între 18-21 de ani.

În **Statele Unite ale Americii**, pentru prevenirea delincvenței juvenile, a fost creat un serviciu special pentru lucrul cu contingentul respectiv, în afara componentei justiției penale. Acest serviciu funcționează sub formă de puncte de control și ajutor psihologic și social acordat delincvenților minori. De exemplu, poliția a reținut un minor care a săvârșit o infracțiune, nu-l duce la punctul de poliție, ci îl trimite la un birou special pentru tineret care începe să lucreze cu el, prin aplicarea unor metode și procedee psihopedagogice.

În **Italia**, remarcăm cum cel mai mare accent este pus pe reacția penală rezultată din asistență socială și asistență pedagogică. În Italia este posibilă pe baza normelor constituționale judecarea cauzelor penale ce implică minori de către o instanță ad-hoc. Această instanță este formată dintr-un judecător, doi asistenți, la fel judecători, experți în psihologie, pedagogie, antropologie culturală ș.a.

În final, ne vom referi la **Australia**, se organizează conferințele familiale, implimentarea programelor speciale pentru copiii dependenți de alcool și droguri, programe speciale pentru anumite zone, băștinași etc., programe speciale educaționale, școlare, familiale, bazate inclusiv pe mentorat, adică asistența fratelui sau a surorii mai mari în procesul educării, existența echipelor mobile privind justiția minorilor și multe altele[5;p.22].

CONCLUZII/RECOMANDĂRI.

Societatea modernă, spre marele nostru regret, lasă o amprentă deloc benefică asupra dezvoltării mentalității minorului. Acum e la modă să fii autoritate, bogat. Dar e foarte anevoios să te impui într-o societate atunci când provii dintr-o familie care duce un trai indecent. Adolescenții din astfel de familii sunt mutilați sufletește și fizic de semenii lor și tocmai din aceste cauze se comit o multitudine de infracțiuni atât din imprudență cât și intenționat. Pentru a monitoriza acest fenomen, societatea trebuie să prevină și să-l combată în așa mod, încât să aibă efecte pozitive și educative asupra celor care au săvârșit, dar nu să le înjosească imaginea acestora și mai mult[1; p.483].

Nu putem decât să apreciem eforturile Australiei, în acest sens, și să recomandăm pentru Republica Moldova implementarea acestor programe și la noi, care considerăm că ar putea aduce un aport pozitiv în prevenirea delincvenței juvenile și criminalității în general.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. ROTARI O., Criminologie, ediție revăzută și adăugită, Chișinău, 2011
2. POPA V., Subiecții prevenirii infracțiunilor săvârșite de minori, "Revista Națională de Drept", 2017, nr.10, 36;
3. DOLEA I., ZAHARIA V., ȚURCAN A., Situația actuală privind prevenirea delicvenței juvenile în Republica Moldova, Institutul de Reforme Penale, Chișinău: Cartea Juridică, 2014;
4. http://www.penalreform.ro/mfc/documente/experienta_internationala/Experienta%20europeana/JUSTITIA%20JUVENILA%20SI%20DELICVENTA%20JUVENILA%20IN%20EUROPA%20CENTRALA%20.pdf, Justiția Juvenilă și Delicvența Juvenilă în Europa Centrală și de Est (vizat la data de 15.04.2019);
5. POPA V., Practica altor state în prevenirea delincvenței juvenile, „Revista Națională de Drept”, 2017, nr.12, pag.22

LEGAL AND ECONOMIC ANALYSIS OF PUBLIC DEBT

ANALIZA JURIDICO-ECONOMICĂ A DATORIEI PUBLICE

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC: ARMEANIC ALEXANDRU

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni 61

Telefon +373 (79) 820 196

e-mail: armeanicalexandru@mail.ru

AUTORUL LUCRĂRII: PRAPORȘCIC VALERIA

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Str. Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni 61

e-mail: valeriapraporscic97@gmail.com

Abstract. *The public debt is how much a country owes to lenders outside of itself. These can include individuals, businesses, and even other governments. In the short run, public debt is a good way for countries to get extra funds to invest in their economic growth. In 2018 Moldova public debt was 57881,3 mil. MDL, but per capita debt in 2018 was 17384,3 MDL. I consider public debt from a long-term historical perspective, showing how the purposes for which governments borrow have evolved over time.*

Cuvinte cheie: *Datorie publică, Datorie internă, Datorie externă, Datoria de stat, Datoria BNM.*

JEL CLASSIFICATION: K₁₅

INTRODUCERE

Datoria publică este adesea descrisă, analizată, criticată din perspectiva cifrelor, juristul are însă alte instrumente de organizare cât și analiza a acesteea. Conform Legii nr. 419 din 22/12/2006 cu privire la datoria sectorului public, garanțiile de stat și recreditarea de stat, aceasta reprezintă totalitatea datoriei de stat, datoria unităților administrative-teritoriale, datoria BNM, cât și datorii ce rezultă din împrumuturile interne și externe ale întreprinderilor de stat și societăților comerciale.[1]

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Cu toate că aprobarea împrumuturilor de stat în țările contemporane se face de către Parlament, în Republica Moldova, potrivit articolului 38 al Legii cu privire la finanțele publice nr. 181 din 25.04.2014, Parlamentul aprobă doar plafonul datoriei publice la sfârșitul anului bugetar prin legea bugetului de stat pentru anul respectiv.[2]

Datoria publică în Republica Moldova în ultimii ani a început să se mărească considerabil, un factor care a influențat direct această creștere este modificarea în 2015 a Legii nr. 419 din 22.12.2006 cu privire la datoria sectorului public, garanțiile de stat și recreditarea de stat, un alt factor ar fi situația economică instabilă din țară, care este direct influențată și de instabilitatea politică. Astfel la data de 31.12.2018 Republica Moldova are o datorie de 57881,3 mil. lei. Iar datoria per capita în ultimii zece ani a crescut de la 4209 lei, la 17384,3 lei.

Datoria sectorului public se clasifică în datorie pe surse și datorie pe componente, fiecare fiind analizată conform ultimelor actualizări a Ministerului Finanțelor. La data de 31.12.2018 datoria externă a Republicii Moldova reprezintă 33233,7 mil. lei, iar cea internă 24647,6 mil.lei. Comparativ cu ultimi trei ani datoria externă înregistrează o ușoară descreștere, iar cea internă fiind în creștere.

Dacă să analizăm datoria sectorului public pe componente, atunci este de menționat că doar datoria de stat reprezintă 90% , urmată de datoria BNM cu 6,5%, datoria întreprinderilor publice 3,12% și doar 0,57% datoria UAT.[3]

Cu toate acestea un nivel mare de îndatorare al unei țări nu înseamnă neapărat o economie cu probleme, din contra poate însemna că se bucură de încrederea creditorilor dispuși să-i ofere împrumut. Japonia, cu o populație de 127.185.332 persoane, are cea mai mare datorie națională în lume, la 235,96% din PIB (deși Japonia este, de asemenea, una dintre cele mai mari economii din lume). Aceasta este urmată de Grecia, care încă se mai redresează după efectele crizei economice și

a salvării ulterioare, la 191,27%. Venezuela, care se confruntă în prezent cu dificultăți economice grave, se află, de asemenea, în primele cinci țări cu cea mai mare datorie națională, cu o rată a datoriei față de PIB de 161,99%. Mai multe țări africane au, de asemenea, datorii naționale mari, inclusiv Sudan (176,49%), Eritreea (129,43%) și Gambia (111,45%).

Dintre puterile economice majore ale lumii, Statele Unite au cea mai mare datorie națională la 108,02% din PIB. China, cea de-a doua cea mai mare economie din lume și cea mai mare populație din lume (1.415.045.928), are o rată a datoriei naționale de doar 51,21% din PIB. Germania, ca cea mai mare economie a Europei, are, de asemenea, un raport datorie relativ scăzut la 59,81%. Hong Kong, un important centru financiar mondial, are cea mai mică datorie națională din lume, la doar 0,05% din PIB-ul său. Datoria Republicii Moldova este de 38,1 % din PIB-ul său.[4]

CONCLUZII

Împrumutul public trebuie considerat un mijloc la care este justificat să se recurgă numai atunci când se dovedește a fi inevitabilă altă soluție și pe cât de posibil numai în scopuri investiționale, dar nu ca RM în scop de consum. Totuși din contul datoriei publice se modernizează mijloacele de comunicație, transport, educație etc. Astfel pentru diminuare datoriei sectorului public al Republicii Moldova propun să se întreprindă măsurile luate de Hong-Kong, ei ajungând în ultimii ani de la o datorie de 32 % din PIB la 0,05% .

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Legii nr. 419 cu privire la datoria sectorului public, garanțiile de stat și recreditarea de stat din 22.12.2006
2. Legii cu privire la finanțele publice nr. 181 din 25.04.2014.
3. <http://mf.gov.md/ro/datoria-sectorului-public/rapoarte/datoria> (Vizitat la data de 13.04.2019)
4. <http://worldpopulationreview.com/countries/countries-by-national-debt/> (Vizitat la data de 14.04.2019)

CRIMINOLOGICAL PORTRAIT OF THE YOUNG OFFENDERPORTRETUL

CRIMINOLOGIC AL TÂNĂRULUI INFRACTOR

Conducător științific: CODREANU ALINA,
Academia de Studii de Economice a Moldovei, R. Moldova, Chișinău
str. Bănulescu-Bodoni, nr. 61
codreanu.alina@ase.md

Autor: CIUBARA MIHAELA,
Academia de Studii de Economice a Moldovei, R. Moldova, Chișinău
str. Bănulescu-Bodoni, nr. 61
mihaela.ciubara98@gmail.com

Abstract: *This paper familiarizes us with some concepts of young offender, the personality of the young offender, causality of the young offender, ways of preventing the scourge, accompanied by statistical data reflecting the state and dynamics the paths and the dynamics of the crime of the young offender in the Republic of Moldova. The study is based on current statistical data, thanks to which we have realized the overall picture of the state, structure and dynamics of the juvenile offender phenomenon in the Republic of Moldova.*

Key words: *juvenile offender, criminality, prejudicial nature, legal framework, offense, criminal offense.*

JEL CLASSIFICATION: K14, K32

INTRODUCERE

Una dintre problemele acute cu care se confruntă civilizația actuală o constituie escaladarea îngrijorătoare a fenomenului infracțional, în cadrul căruia criminalitatea tânărului infractor și unele forme de devianță comportamentală dețin ponderea. Criminalitatea tânărului infractor reflectă o

inadaptare la sistemul juridic și moral al societății, fiind cea mai importantă dintre devianțele negative, care include violarea și încălcarea normelor de conviețuire socială, a integrității persoanei, a drepturilor și libertăților individului.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Vorbind despre criminalitatea tânărului minor, nu putem trece cu vederea noțiunea de *criminalitate*, care reprezintă totalitatea crimelor comise pe un anumit teritoriu, într-o perioadă determinată de timp de persoane vinovate de comiterea acestor fapte; în cazul nostru - totalitatea crimelor comise de către minori.

Personalitatea infractorului este un concept criminologic complex, care cuprinde noțiunea psiho-socială și noțiunea juridico-penală a infractorului.

Portretul criminologic al tânărului infractor este analizat minuțios de unii cercetători valoroși din R. Moldova, precum: Bujor V., Ciobanu I., Bîrgău M., Rotaru O., dar și de doctrinari din România: Stănoiu R.M., Rudică T., Grecu F., Rădulescu S.M., Teodorescu V., Banciu D., Cocos C. etc.

Criminologul român Stănoiu R.M., prin *portretul infractorului*, înțelege sinteza trăsăturilor bio-psiho-sociale cu un înalt grad de stabilitate și care sunt definitorii pentru acel individ, care, cu vinovăție, a comis o faptă ce prezintă pericol social și este prevăzută de legea penală [1]. Gheorghe Mateuț, înțelege prin *portretul infractorului* ansamblul trăsăturilor individuale bio-psiho-sociale ale omului, care la un moment dat este marcat de stigmatul juridic al comiterii unei fapte prevăzute de legea penală.

Spre deosebire de știința criminologică, care cuprinde un studiu bine realizat și conceput asupra infractorilor, art. 21 al Codului Penal al R. Moldova vine cu o caracteristică destul de vagă, dar care scoate în evidență foarte bine, principalele trăsături pe care infractorul trebuie să le întrunească, atunci când comite fapta infracțională. Astfel, „sunt pasibile de răspundere penală persoanele fizice responsabile care, în momentul săvârșirii infracțiunii, au împlinit vârsta de 16 ani”.

Atunci când ne referim la *portretul infractorului*, nu trebuie să ne gândim la altceva decât la acele elemente care definesc trăsăturile umane care fac trimitere la: a) vârstă; b) sex; c) dezvoltare fizică, etc.

Primul factor care se implică nemijlocit în viața de mai departe a minorului-infractor este „*influența negativă a familiei*” desigur îl considerăm unul dintre cei mai importanți, deoarece „familia reprezintă baza fundamentală a provenienței – ereditare a copilului, a aspectelor influențabile, ce se pronunță atât în domeniul creșterii copilului, cât și în domeniul adaptării lui în societate”.

Punctele de reper pentru combaterea criminalității a tânărului infractor sunt:

Educarea corectă emanată de pedagogi, să fie în corelație strânsă cu căminul familial și desigur cu personalitatea așa-zisă a “viitorului infractor minor”.

Implicarea statului, în ceea ce privește soarta copiilor dezavantajați în societate și încadrarea lor fie în anumite centre de familiarizare și încadrarea minorilor în câmpul muncii, care desigur prezintă unul dintre principalele puncte de reper pentru statul responsabil de soarta copiilor.

Importanța studierii personalității infractorului minor se caracterizează prin aptitudinile neîncadrate, incomplete și desigur insuficiente din cauza factorilor induse incorect în cadrul vieții sociale. Importanța esențială este de a stabili cauza apariției factorilor - influenți, factorilor – distrugători și desigur găsirea mijloacelor-cheie de soluționare, de combatere a infracțiunilor săvârșite de minori.

Deoarece în Republica Moldova nu există o structură executivă unică care ar avea în competența sa combaterea tânărului infractor, printre organismele interne ce au obiectivul de protecție a drepturilor copiilor se enumeră a fi: Ministerul Afacerilor Interne (MAI) fiind un organ central de specialitate al statului, menit să apere, în baza respectării stricte a legilor, viața, integritatea corporală, drepturile și libertățile cetățenilor [2].

În activitatea sa, funcționarii de poliție conlucrează cu specialiștii de la Centrul Național de Prevenire a Abuzului față de Copii; Direcția municipală pentru protecția drepturilor copilului; etc. [3,

p. 197]. Un alt organ cu funcții de promovare, coordonare și monitorizare a politicilor și programelor privind protecția copilului este Consiliul Național pentru Protecția Drepturilor Copilului. Acest organ a fost instituit în anul 1998, fiind condus de viceministrul care gestionează și conduce problemele sociale.

CONCLUZII.

În rezultatul cercetărilor efectuate, putem menționa faptul că atât organele de stat, autoritățile publice centrale și cele locale, cât și instituțiile publice și organizațiile private, inclusiv chiar și cele cu capital străin, organizațiile de stat și nonguvernamentale sunt, în primul rând, responsabile să respecte legislația Republicii Moldova și în limita posibilităților să contribuie la prevenirea criminalității, inclusiv a minorilor. Aceasta se poate realiza fie prin anunțarea organelor abilitate despre săvârșirea anumitor infracțiuni, fie prin elaborarea și implementarea diferitelor strategii și politici privind contracararea, prevenirea și profilaxia criminalității minorilor, inclusiv prin implicarea cât mai mult în diverse acțiuni sociale și comunitare.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. https://www.academia.edu/26125204/Criminologie_Generala
2. Hotărâre cu privire la structura organizatorică, limita efectivului și Regulamentul Ministerului Afacerilor Interne, nr. 844 din 30.07.98// Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1998, nr.75-76/756.
3. DIMIN, V., FURNICĂ, L. *Criminalitatea în rîndul minorilor: cauze și măsuri de combatere*. În: Probleme actuale de prevenire și combatere a criminalității. Anuar științific, ediția IV. Chișinău: Academia „Ștefan cel Mare” a MAI a RM, 2003.
4. POPA, V., *Subiecții prevenirii infracțiunilor săvârșite de minori*, “Revista Națională de Drept”, 2017, nr.10, 36;
5. <http://drept.usm.md/public/files/Criminologie-Vol1-122d46.pdf>

ACȚIUNEA PAULIANĂ ÎN SISTEMUL DE DREPT AL REPUBLICII MOLDOVA

Conducător științific: lector universitar, MARIA GRĂU-PANȚUREAC,
e-mail: griu_maria@mail.ru

GROSU CARINA, studentă, anul II, specialitatea: Drept,
e-mail: grosu.carina@mail.ru.
Academia de Studii Economice a Republicii Moldova,
mun. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61

Abstract. *The term Paulian Action originates in Roman law, where it was a class action carried in the name of all creditors by a curator bonorum, with the effect of obligating the debtor to pay the defrauded creditors an amount equal to the value of the alienated assets.*

Key words: *Paulian Action, creditors, curator bonorum, debtor, defrauded.*

JEL CLASSIFICATION: K12, K15.

INTRODUCERE

Acțiunea pauliană sau revocatorie (în limbajul legiuitorului modern) este una dintre instituțiile grandioase ale sistemului de drept de origine romano-germanică (continentală). Cu o existență milenară, un veritabil *colossus* juridic, acțiunea pauliană a rămas și în contemporaneitate o instituție vie cu utilizare practică deosebită.

Denumirea de acțiune pauliană vine de la creatorul său, protorul Paulus. Există mici diferențe între acțiunea pauliană din dreptul roman și cea din dreptul modern. Spre exemplu, în dreptul roman, acțiunea era introdusă de către *curator bonorum* pentru creditorii privați ca un corp. Era o

acțiune cu caracter colectiv. În dreptul modern este o acțiune individuală introdusă de către unul dintre creditori.[2]

SURSE BIBLIOGRAFICE ȘI METODE UTILIZATE

Pe parcursul realizării studiului am utilizat sursele bibliografice menționate la sfârșitul lucrării. Cât despre metodele utilizate pot menționa următoarele: comparativă, istorică, explicativă etc.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

În prezentul Cod Civil al Republicii Moldova, acțiunea pauliană nu este expres prevăzută, dar ca acțiune revocatorie. Astfel, articolul 600¹, alineatul 1 prevede: „Creditorul poate cere să fie declarate inopozabile față de el actele juridice încheiate de debitor în dauna creditorului, manifestată prin împiedicarea satisfacerii integrale a drepturilor creditorului față de debitor, dacă debitorul a cunoscut sau trebuia să cunoască că actul juridic va dăuna creditorului sau, în cazul în care actul juridic a fost încheiat înainte de apariția dreptului creditorului, acesta a fost încheiat de către debitor cu intenția de a dăuna creditorilor în general.” [1]

Deseori apare întrebarea: cine este în drept de a formula acțiunea pauliană?

Opinăm că poate intenta acțiune pauliană *orice creditor*, aceasta este concluzia indubitabilă la care ajungem, reieșind din prevederile articolului 601¹ Proiectul preliminar al Grupului de lucru de modificare a Codului civil al Republicii Moldova stipulează: „*Creditorul poate cere să fie declarate inopozabile față de el actele juridice încheiate de debitor în dauna creditorului (...)*”.[3]

Astfel, creditorul poate solicita constatarea inopozabilității actelor juridice încheiate de către debitor în fraudă intereselor sale numai dacă face dovada unui prejudiciu. Prejudiciul creditorului constă în faptul că debitorul și-a provocat sau și-a mărit, prin încheierea actului atacat, o stare de insolvabilitate.

Pentru a exercita acțiunea pauliană este necesar existența unor condiții, precum:

- Existența unui prejudiciu cauzat creditorului;
- Creanța în considerarea căreia se exercită acțiunea pauliană trebuie să fie certă, lichidă și exigibilă;
- Actul juridic atacat să fie încheiat în fraudă intereselor creditorului;
- Complicitatea terțului dobânditor la fraudă debitorului.

Desigur există o listă extinctivă a unor acte juridice ce nu pot fi revocate pe cale pauliană:

- Actele care privesc drepturi nepatrimoniale ale debitorului întrucât încheierea lor implică o apreciere de ordin personal și moral din partea debitorului (actul de căsătorie, actul de recunoaștere a paternității unui copil din afara căsătoriei, etc.)
- Actele juridice ce privesc drepturi patrimoniale exclusive ale debitorului, a căror exercitare implică o apreciere personală de partea debitorului (renunțarea debitorului la repararea pe cale patrimonială a unui prejudiciu);
- Actele juridice prin care creditorul contractează noi datorii, deoarece debitorul, chiar insolubil nu este lipsit de dreptul de a-și gestiona patrimoniul;
- Actele juridice de împărțală a unei succesiuni, creditorii pot participa la împărțala tocmai pentru a preveni o fraudă. Dacă n-au cerut expres să participe la proces, legea nu le permite atacarea cu acțiune pauliană.

Natura juridică a acțiunii pauliene este următoarea:

- Aceasta instituție se conturează ca o acțiune personală și nu reală, deoarece creditorul care o exercită invoca un drept al său propriu, de a urmări întregul patrimoniu al debitorului;
- Nulitatea actului principal antrenează nulitatea actelor accesorii, desființează actul doar în raporturile dintre creditor și terț, bunul întorcându-se în patrimoniul debitorului;

- Se susține că dacă acțiunea pauliană desființează actul prin care debitorul și-a înstrăinat bunul, efectul nu este al nulității, ci este cel mai nimerit mod de a repara prejudiciul suferit de creditor;
- Potrivit unei alte concepții, acțiunea pauliană ar fi o *aplicație a abuzului de drept* pentru ca acte obiectiv licite sunt anulate în temeiul fraudei debitorului;
- Având în vedere că la actele fraudulos încheiate de debitor, creditorul încetează a fi având cauza, ele nefiindu-i opozabile, se poate susține că acțiunea pauliană este o *acțiune în inopozabilitate*.

CONCLUZII

Studiul prezentat constă în analiza corectă și critică a influenței dreptului roman asupra sistemului de drept al Republicii Moldova. Astfel, pot afirma că acțiunea pauliană reprezintă o instituție juridică impunătoare a sistemului de drept de origine romano-germanică și conține în esență un mecanism pur și simplu impecabil, motiv pentru care, reflectează și în prezent o instituție cu o folosință practică distinsă.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

- [1]. Codul Civil al Republicii Moldova. Adoptat prin Legea nr.1107-XV din 6 iunie 2002. În MO al RM din 22 iunie 2002, nr.82-86/661
- [2]. v. G. Baudry-Lacantinerie, L. Barde, *Traité Théorique et Pratique de Droit Civil. Des obligations*, t. 1, Paris, 1897, p. 554.
- [3]. Bogdan Ionescu, *Acțiunea pauliană*, Editura Universul Juridic, București 2012, p. 10, 12.
- [4]. https://medium.com/@irina_rusu_
- [5]. <http://www.stiucum.com/drept/drept-civil/Actiunea-pauliana-revocatorie43234.php>

CONTROLUL FINANCIAR ÎN REPUBLICA MOLDOVA. PROVOCĂRI ȘI PERSPECTIVE

FINANCIAL CONTROL IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA. CHALLENGES AND PERSPECTIVES

Conducător științific: CODREANU ALINA,
Academia de Studii de Economice a Moldovei, R. Moldova, Chișinău
str. Bănulescu-Bodoni, nr. 61
codreanu.alina@ase.md

Autor: LIPAI VICTORIA,
Academia de Studii de Economice a Moldovei, R. Moldova, Chișinău
str. Bănulescu-Bodoni, nr. 61
victoria_lipai@mail.ru

Abstract. *The need for money funds of the state and other public entities has led to the establishment in all states of control exercised in particular for the purpose of the constitution and use of these money funds. According to its purpose, financial control is an activity of verifying compliance with and compliance with legal norms relating to the formation and use of state money funds and other public entities or public communities. Due to this specific activity the financial control is not confused with the financial activity of formation and use of the public money funds on which the financial control acts and operations are performed, is exercised and carried out.*

Key words: *financial control, money funds, state, entity, public communities, legal norms, verification.*

JEL CLASSIFICATION: K00

INTRODUCERE. Controlul financiar apare ca un proces unitar, indiferent de verigile sistemului financiar, conținutul său concretizându-se într-o sumă de modalități, procedee și tehnici specifice, o reflectare practică a funcțiilor finanțelor. În concordanță cu însemnătatea bugetului public național, ca acte ale Parlamentului de autorizare anuală a veniturilor și cheltuielilor publice, controlul financiar este reglementat ca un control al executării bugetului de stat, bugetului asigurărilor sociale de stat, fondurilor asigurărilor obligatorii de asistență medicală și bugetele locale. Trebuie remarcat faptul că controlul financiar este parte componentă a controlului de stat, având ca obiectiv principal respectarea și executarea reglementărilor financiare în vigoare.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Controlul financiar este analizat minuțios de unii cercetători valoroși precum: Armeanic Alexandru, Volcinschi Victor (R. Moldova), Vlaicu Vlad, precum și de doctrinarii din România: Minea Ștefan, Costăș Cosmin Flavius, Postolache Rada, Oneț Cristina, Șaguna Dan-Drosu ș.a.

Controlul financiar public intern este o activitate independentă și obiectivă care le oferă managerilor asigurare și consultanță desfășurată pentru a îmbunătăți activitatea entității publice. Aceasta are menirea să ajute entitatea publică în atingerea obiectivelor sale, evaluând-o printr-o abordare sistematică oferind recomandări pentru consolidarea eficacității acestuia [1].

Controlul constă în a verifica dacă totul a fost efectuat în conformitate cu programul fixat, după ordinele date și principiile stabilite. De asemenea, poate fi considerată o acțiune de control, supravegherea sistematică și continuă a unei activități.

În Republica Moldova Curtea de Conturi este organul suprem de control financiar. Controlul se efectuează în baza prevederilor constituționale și potrivit metodelor contabile moderne. Curtea de Conturi își exercită atribuțiile independent și în conformitate cu Constituția și alte legi [4]. Controlul financiar și auditul veniturilor și cheltuielilor bugetului de stat se exercită de către Curtea de Conturi. Controlul financiar și administrativ asupra veniturilor și cheltuielilor bugetare se exercită de către Serviciul fiscal de stat și organele de control financiar ale Ministerului Finanțelor [3].

De asemenea, Republica Moldova are o autoritate administrativă de specialitate din subordinea Ministerului Finanțelor care efectuează controale financiare și se numește Inspecția financiară. Misiunea Inspecției financiare constă în protecția intereselor financiare publice ale statului prin exercitarea, conform principiilor transparenței și legalității, a controlului financiar centralizat al Ministerului Finanțelor privind conformitatea cu legislația a operațiunilor și tranzacțiilor ce țin de gestionarea resurselor bugetului public național și patrimoniului public.

Inspecția financiară este o instituție subordonată Ministerului Finanțelor care are ca misiune protecția intereselor financiare publice ale statului prin exercitarea, conform principiilor transparenței și legalității, a controlului financiar centralizat al Ministerului Finanțelor privind conformitatea cu legislația a operațiunilor și tranzacțiilor ce țin de gestionarea resurselor bugetului public național și patrimoniului public și respectarea de către agenții economici, care livrează produse alimentare în adresa instituțiilor publice și către populație, a disciplinei formării prețurilor la mărfuri social importante. Funcțiile de bază a Inspecției financiare sunt: inspectarea financiară a operațiunilor și a tranzacțiilor privind respectarea cadrului normativ în domeniul bugetar și economico-financiar și detectarea prejudiciilor/iregularităților la entitățile supuse inspectării (controlului) financiar.

Cu susținerea partenerului de dezvoltare SIGMA a fost elaborat Planul de dezvoltare strategică a Inspecției financiare, care definește acțiunile necesare de a fi întreprinse în vederea ajustării activității de inspectare financiară din Republica Moldova la cele mai bune practici europene, în corelație cu implementarea controlului financiar public intern, susținută de proiectul Twinning și dezvoltarea auditului extern, realizat de Curtea de Conturi [7].

Potrivit Acordului de Asociere RM – UE, Republica Moldova și-a asumat angajamentul de a implementa sistemul de control financiar public intern la nivel național în conformitate cu metodologiile și standardele recunoscute la nivel internațional, precum și cu cele mai bune practici ale UE, ceea ce însemna o reformă amplă în domeniul controlului și auditului intern în sectorul public.

În anul 2017, entitățile publice s-au confruntat și continuă să se confrunte cu insuficiența personalului calificat, dificultăți la transmiterea și recepționarea drepturilor patrimoniale în lipsa unei metodologii clar definite, la organizarea evidenței și raportării financiare în entitățile reorganizate. Aspectele invocate impun obligativitatea instituirii și implementării, practic de la început și în termene proximale a sistemului de management financiar și control în entitățile publice și consolidării răspunderii manageriale în gestionarea finanțelor și patrimoniului public [6].

CONCLUZII. Controlul financiar include două aspecte: controlul respectării legislației financiar-economice în procesul formării și folosirii fondurilor de resurse financiare și evaluarea eficienței economice a operațiunilor economico-financiare și a raționalității cheltuielilor efectuate. În condițiile restructurării și modernizării sistemului financiar din Republica Moldova, subordonat cerințelor economiei de piață, a fost înființată Curtea de Conturi, care urmărește modul de gestionare a finanțelor publice, fondurilor speciale și a creditului public.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. ARMEANIC, A., *Drept Financiar*. Chișinău, Ed. ASEM, 2008,
2. COSTAȘ, C.F., *Drept financiar*. București. Ed. Universul Juridic, 2019, 432p.
3. Legea privind sistemul bugetar și procesul bugetar, nr. 847-XIII din 24.05.1996
4. Legea Republicii Moldova privind Curtea de Conturi, nr. 312-XIII din 08.12.1994
5. Hotărârea Parlamentului Republicii Moldova cu privire la Concepția controlului de stat în Republica Moldova, nr. 189-XIII din 19.07.94
6. <http://mf.gov.md/ro>
7. <https://if.gov.md/>

ASPECTE CRIMINOLOGICE ALE DELICVENȚEI JUVENILE

Conducător științific: dr., lector univ., ALEXANDRA Tighineanu,
e-mail: tighineanu_alexa@mail.ru,

GROSU CARINA, studentă, anul II, specialitatea: Drept,
e-mail: grosu.carina@mail.ru.
Academia de Studii Economice a Republicii Moldova,
mun. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61

Abstract. *Juvenile delinquency-negative behaviors of children and teens that may result in crimes or legal action-frequently causes widespread problems in communities. Research on juvenile delinquency includes populations from diverse socioeconomic backgrounds and features studies related to crime and juvenile justice, at-risk populations, violence, bullying, substance abuse prevention and treatment, and adolescent mental health.*

Key words: *juvenile delinquency, children, crimes, juvenile justice.*

JEL CLASSIFICATION: K32, K14.

INTRODUCERE

Este cunoscut faptul că valoarea supremă a unei societăți puternice și sănătoase, cu un viitor prosper, sunt copiii. Ei reprezintă unul dintre cele mai vulnerabile grupuri sociale care au nevoie de atenție, grijă, mediu sigur și o atitudine corespunzătoare din partea adulților. Comiterea de către un copil a unei fapte social periculoase sau antisociale trebuie să îngrijoreze întreaga societate. Aceasta presupune intervenții prompte de suport și protecție din partea familiei, instituțiilor publice și private din comunitate și, dacă este cazul – a sistemului de justiție.

SURSE BIBLIOGRAFICE ȘI METODE UTILIZATE

Pe parcursul realizării studiului am utilizat sursele bibliografice menționate la sfârșitul lucrării. Cât despre metodele utilizate pot menționa următoarele: comparativă, istorică, explicativă, statistică etc.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Justiția juvenilă și specializarea justiției pe cazurile minorilor devine una din sarcinile și categoriile de bază ale sistemului de drept al Republicii Moldova.

Gradul înalt al „activismului” infracțional al minorilor din Republica Moldova îl denotă diverse date statistice oficiale naționale și internaționale. Conform datelor ONU, la nivel mondial circa 30% din toți tinerii, inclusiv minori, participă la diferite acțiuni ilicite, iar 5% comit crime periculoase[4].

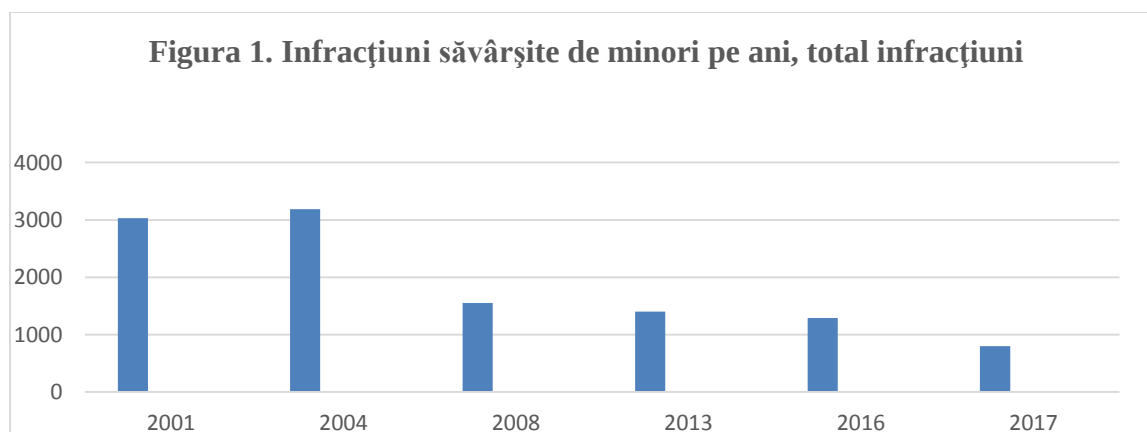
Până în anii 1990 Republica Moldova s-a aflat printre lideri în ce privește creșterea incidenței delictelor în societate, totodată plasându-se pe locul de frunte între țările ex-sovietice, după delincvența minorilor și tinerilor. Pentru a găsi cauzele și condițiile care favorizează delincvența juvenilă, trebuie să pornim de la analiza structurii interne ale individului și a factorilor externi, care pot fi cauze ale acestui fenomen negativ sau condiții care influențează și alimentează manifestările de acest gen. Este bine cunoscut faptul că delincvența juvenilă, nu în ultimul rând, este însoțită de frecvente fenomene ale absenteismului și abandonului școlar. Din totalul de minori care au comis infracțiuni în 2010, 85,7% sunt persoane neîncadrate în sistemul de educație. Cu referire la statutul social al minorilor implicați în săvârșirea infracțiunilor, conform datelor prezentate de organele de ordine, se stabilește că pentru anul 2010: 40,2% fac parte din familii vulnerabile; circa 22% provin din familii monoparentale; 8% din familii cu mulți copii; circa 26% sunt din categoria celor rămași fără îngrijirea unui sau a ambilor părinți, ca urmare a plecării acestora la muncă peste hotare; 4,2% sunt beneficiari ai instituțiilor rezidențiale.

Studiul „ Fenomenului delincvenței juvenile în Republica Moldova”, realizat de către Institutul de Reforme Penale în anul 2011 arată clar care sunt factorii determinanți ai delincvenței juvenile în Republica Moldova și ce modalități socio-juridice de control și de diminuare a acesteia sunt utilizate [1].

Cauzele specifice ale apariției delincvenței juvenile sunt:

- creșterea situațiilor de abandon școlar a unor elevi cunoscuți cu comportament deviant sau preocupări antisociale, lipsa unei activități utile;
- lipsa de supraveghere permanentă de către părinți, supraveghetori, tutori etc.;
- familiile dezorganizate din rândul cărora provin unii minori infractori ai căror părinți sunt cunoscuți cu antecedente penale;
- necunoașterea din timp a anturajului, a locurilor și mediilor frecventate de minori;
- lipsa unei legături permanente între familie și școală;
- gradul de adaptare la modelul cultural al societății, etc.

Analizând datele privind criminalitatea juvenilă în Republica Moldova în perioada anilor 2001-2017, am constatat că numărul infractorilor minori este în descreștere (Figura 1) [5].



După cum bine observăm, numărul crimelor juvenile este în descreștere. Aceasta evoluție se datorează metodelor eficiente de prevenire și control asupra minorilor. În cadrul acestor metode se includ și serviciile psihologice și asistență socială, cu ajutorul unor strategii speciale, îl pot învăța pe tânăr să reziste presiunii și influenței persoanelor deviante datorită metodelor psihologice [2]. Aceste servicii, de asemenea, îi pot învăța și pe părinți cum să realizeze un control eficient asupra copiilor lor, minimalizând astfel oportunitățile adolescenților de a avea un comportament deviant.

CONCLUZII. În concluzie, pot afirma că promovarea unei reforme pentru ținerea sub control a fenomenului delicvenței juvenile este absolut necesară. Având în vedere amploarea și complexitatea fenomenului, precum și gravitatea problemelor cu implicațiile negative asupra tinerei generații, se impune intervenția tuturor instituțiilor implicate în sensul reevaluării sistemului legislativ, juridic și de protecție socială, creării unor servicii și instituții noi, a structurilor operative necesare, bazate pe principii moderne, în acord cu orientările politice penale la nivel național și în concordanță cu necesitățile actuale ale societății. Măsurile de politică socială și penală trebuie să fie concentrată pe minori și să aibă ca obiective prioritare prevenirea situației de delicvență și preîntâmpinarea situației de repetare a faptei.

DATE BIBLIOGRAFICE

- [1]. I. Dolea, V. Zaharia, *Mecanismul de dejudiciarizare în Republica Moldova*, Cartea juridică, Chișinău, 2014, p.11
- [2]. N. Sali, *Delicvența juvenilă: prevenție și recuperare*, Chișinău, 2012.
- [3]. I. DOLEA, V. ZAHARIA, V. PRIȚCAN, M. BUCIUCEANU-VRABIE, *FENOMENUL DELINCVENȚEI JUVENILE ÎN REPUBLICA MOLDOVA*, Cartea juridică, Chișinău, 2014.
- [4]. <http://www.allmoldova.com>
- [5]. <http://www.statistica.md>

THE SPECIFICS OF THE ORDERLY OF PROTECTION

SPECIFICUL ORDONANȚEI DE PROTECȚIE

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC: BICU ADELINA

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: adelabacu@mail.ru

AUTORUL LUCRĂRII: COSTOV FELICIA

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: felicia.costov111@gmail.com

Rezumat. *Violence against women and family violence are prevalent throughout the world, while the Republic of Moldova is no exception to this. Although there is some knowledge and evidence regarding the aspects of the given problem, available studies and data, based on a limited number of surveys, reveal not only the existence of violence against women, but also the increase of the given phenomenon during the transition period, which is marked by high rates of poverty, an instable political situation, and an imperfect legal system.*

Cuvinte cheie: Violență, Protecție, Ordonanță, Familie.

JEL CLASSIFICATION: K₁₅

INTRODUCERE. Fiind ”un stat de drept, democratic în care demnitatea omului, drepturile și libertățile lui, libera dezvoltare a personalității umane, dreptatea și pluralismul politic reprezintă valori supreme și sunt garantate” [2] (art. 1 alin. (3)), Republica Moldova este obligată să protejeze drepturile și libertățile omului. Totuși violența în familie, discriminarea și inegalitatea de gen sunt probleme sociale grave cu care se confruntă Republica Moldova la momentul actual.

CONȚINUTUL DE BAZĂ. Deși violența în familie și traficul de ființe umane afectează atât femeile cât și bărbații, precum și toate sferile societății, indiferent de sex, vîrstă, afiliere etnică și religioasă, acestea afectează în mod disproporționat femeile din Moldova. Declarația de la Beijing și Platforma de Acțiune de la Beijing (Conferința a IV – Mondială pe problemele Femeilor, Beijing, 1995) [3] caracterizează violența împotriva femeilor ca fiind drept o încălcare flagrantă a drepturilor umane și a libertăților fundamentale ale femeilor. Studiile arată că în Moldova fiecare a patra femeie este supusă unei forme anumite de violență în familie, în timp ce numărul ordonanțelor de protecție emise și executate este în creștere. Drept răspuns la aceste provocări au fost adoptate legi și alte acte normative ce vizează prevenirea și combaterea acestora. Convenția Europeană a Drepturilor Omului la care Republica Moldova este parte începînd cu 12 septembrie 1997 este principalul instrument elaborat în cadrul Consiliului Europei pentru garantarea drepturilor fundamentale ale omului. Anume această Convenție garantează drepturi și libertăți care necesită a fi respectate de către fiecare stat membru. Adoptarea Legii nr.45/2007 privind combaterea violenței în familie și a modificărilor ulterioare a legislației în domeniu constituie un pas important pentru Republica Moldova. Pentru a facilita implementarea în practică a acesteia legi, în C.proc.civ., la data de 09.07.2010, a fost introdus capitolul XXX¹ (actualmente capitolul XXII²), intitulat Aplicarea măsurilor de protecție în cazurile de violență în familie. Aceste noi prevederi au fost amplasate pripit și impropriu în cadrul procedurii civile speciale.

Conform Recomandării generale nr. 19 a Comitetului ONU [1] "violența bazată pe sex" constituie o formă de discriminare care inhibă grav abilitatea femeilor de a se bucura de drepturi și libertăți în baza egalității cu bărbații, "violența orientată împotriva femeilor" include acțiunile care produc daună sau suferință fizică, psihică sau sexuală, amenințări pentru astfel de acțiuni, constrângeri și alte privări de libertate, iar "violența domestică" este una dintre cele mai insidioase forme de violență față de femei, prevalând în toate societățile.

Ordonanța de protecție este un act legal prin care instanța de judecată aplică măsuri de protecție victimei violenței în familie. Cererea privind emiterea ordonanței de protecție se înaintează personal judecătorului sau prin reprezentantul legal. În caz de imposibilitate de a depune cererea personal, aceasta poate fi adresată de procuror, asistent social sau polițist. În cazul copiilor, cererea poate fi înaintată instanței de judecată de către unul dintre părinți, reprezentatul legal al copiilor sau autoritatea tutelară. Instanța de judecată emite, în regim de urgență, în 24 de ore de la primirea cererii, o ordonanță de protecție, prin care poate oferi asistență victimei și copiilor ei.

Instanța de judecată aplică agresorului următoarele măsuri:

- a) obligarea de a părăsi temporar locuința comună ori de a sta departe de locuința victimei, fără a decide asupra modului de proprietate asupra bunurilor;
- b) obligarea de a sta departe de locul aflării victimei, excluzînd și orice contact vizual cu victima sau cu copiii acesteia, cu alte persoane dependente de ea;
- c) interzicerea oricărui contact, inclusiv telefonic, prin corespondență sau în orice alt mod, cu victima sau cu copiii acesteia, cu alte persoane dependente de ea;
- d) interzicerea să se apropie de anumite locuri: locul de muncă al victimei, locul de studii al copiilor, alte locuri determinate pe care persoana protejată le frecventează;
- e) obligarea, pînă la soluționarea cazului, de a contribui la întreținerea copiilor pe care îi are în comun cu victima;
- f) obligarea de a participa la un program special de tratament sau de consiliere;
- g) limitarea drepturilor în privința bunurilor comune cu victima, interzicerea de a păstra armă;
- h) stabilirea unui regim temporar de vizitare a copiilor săi minori. [4] (art. 278⁷).

Important să cunoaștem este că cererea de solicitare a ordonanței de protecție nu este supusă taxei de stat. Aplicarea măsurilor de protecție nu împiedică inițierea procedurii de divorț, partajării averii comune, decăderii din drepturile părintești, luării copilului fără decădere din drepturile părintești și altor acțiuni prevăzute de legislația în vigoare. Pe perioada acțiunii ordonanței de protecție, exercitarea drepturilor părintești rămîne pe seama părintelui-victimă. La solicitarea

părintelui-agresor, vizitarea copilului poate avea loc în temeiul unui program aprobat de către autoritatea tutelară teritorială.

În perioada de acțiune a măsurilor de protecție a victimei, organul de poliție va asigura efectuarea vizitelor inopinate la locuința victimei, precum și intervenția imediată la orice comunicare

d
e
s
p
r
e

n
e

CONCLUZII. Într-un final pot spune ca violența în familie are un caracter ciclic, care nu se oprește de la sine. După „explozii de violență” vine o perioadă de împăcare, momente în care agresorul promite că „nu se va mai întâmpla”, după care vine o altă „furtună”. De aceea orice persoană care este martoră la acte de violență în familie sau care are bănueli rezonabile că au fost comise asemenea acte ori că sînt posibile acte de violență trebuie să comunice acest lucru autorităților abilitate cu funcții de prevenire și combatere a violenței în familie.

C
t
a
r
e
a
s
a
u

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Declarația universală a drepturilor omului, New York, 10.12.1948, Ratificat prin Hotărârea Parlamentului Republicii Moldova nr.217- XII din 27.07.1990;
2. Constituția Republicii Moldova. Din 29.07.1994. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 12.08.1994, nr. 1;
3. Declarația de la Beijing și Platforma de Acțiune de la Beijing din 15 septembrie 1995;
4. Codul de procedură civilă al Republicii Moldova. Nr.225 din 30.05.2003. Republicat în: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 21.06.2013, nr. 130-134;
5. <https://www.osce.org/ro/moldova/121520?download=true> (Vizitat la data de 15.04.2019).

FORMA STATULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA: STAT UNITAR SAU FEDERAȚIE

THE FORM OF THE STATE IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: UNITARY STATE OR FEDERATION

t
e
n
t
a
t
i
v
a

d
e

Conducător Științific: Alina Negru,
Instituția: Academia de Studii Economice a Moldovei,
Strada: Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61,

Student: Cazacliu Liviu,
Instituția: Academia de Studii Economice a Moldovei,
Strada: Mitropolit Gavril Bănulescu-Bodoni 61,
e-mail: clvs.fam@mail.ru.

Abstract. Present work include the analysis of the current situation regarding the most optimal form of the state in the Republic of Moldova, which has a great impact due to the big difference between an unitary state and a federation from the political and economic perspective.

After the tragic events in spring of year 1992, we as a country lost roughly 11% of our territory due to differences in ethnics and political views. Today the new generation should be interested and involved in the peaceful settlement of this problem by developing new ways of finding common ground. One of the key aspects in solving this problems is a new form of the state which will provide a fair and large representation for the minorities, which in long term will prevent forever the political mistakes of the old generation. By developing this idea we will identify what are the advantages and disadvantages of such changes.

Keywords: Republic of Moldova, unitary state, federation, ethnic and political problems, representation, parliament, Senate, autonomy, law.

a

m
ă

Conținutul categoriei structură de stat trebuie să fie utilizat pentru a desemna organizarea teritorială a puterii, care să includă atât ceea ce considerăm o caracteristică esențială a formei de stat, care desemnează organizarea puterii de stat în teritoriu, precum și raporturile dintre elementele teritoriale ale ansamblului statal.

În prezent Republica Moldova este un stat suveran și independent, unitar și indivizibil¹. Considerăm că această formă a structurii de stat este una dintre cele mai simple și mai răspândite, astfel încât, statul unitar apare ca un centru politic care nu este determinat sau influențat de întinderea teritoriului, de numărul cetățenilor, de forma de guvernământ sau de regimul politic. În același timp, caracterul unitar al statului nu face imposibilă și nici nu împiedică organizarea teritoriului, sub aspect administrativ, în unități administrativ-teritoriale, conduse potrivit principiilor autonomiei locale și al descentralizării serviciilor publice. Autoadministrarea unităților administrativ-teritoriale se efectuează de către agenții locali aleși de populația din teritoriul respectiv conform Legii nr 436 din 28.12.2006 privind administrația publică locală. Autoritățile administrației publice locale nu se subordonează puterii executive centrale, ele însă se află sub supravegherea administrativă a Guvernului și, administrează regiunile în condițiile prevăzute de lege, fără să se opună statului. Astfel putem evidenția câteva caractere de bază precum² :

- existența unei singure formațiuni statale pe teritoriul cuprins de frontierele acestui stat;
- *suveranitatea*, ca o caracteristică a puterii publice, se realizează pe întreg teritoriul și asupra întregii populații printr-un singur cadru de autorități publice, printr-un singur cadru de autorități publice, create la nivel național.
- sistemul de acte normative are aceeași sursă de proveniență, conținutul lor normativ fiind în strictă conformitate cu unica lege fundamentală a statului – Constituției
- indivizii pot avea, de regulă o singură cetățenie.
- Organizarea administrativă a teritoriului este realizată în așa mod, încât organele administrației publice locale se bucură de același statu juridic față de autoritățile publice, instituie la nivel național
- În relațiile internaționale statul unitar acționează ca subiect plenipotențiar de drept internațional⁵.

Menționăm că datorită separatismului manifestat de unele minorități etnice menținerea formei de stat unitar este foarte problematică, deaceia în mod firesc au apărut propuneri de soluționare a acestei situații. Astfel s-a ajuns la ideea de federalizării Republicii Moldova. Pentru a evidenția avantajele și dezavantajele acestei soluții în continuare vom prezenta sub aspect comparativ caracteristice generale ale unui stat federativ:

- instituirea unui cadru dublu de autoritățile publice centrale la nivelul federativ statului și la nivelul fiecărui stat federat.
- existența unei ordini constituționale comune, consacrate prin Constituția statului federativ și preluate de statele federate în constituțiile lor.
- existența unui sistem integral de drept, constituit din norme juridice, adoptate de organele cu competență normativă de nivel federal, obligatorii pe întreg teritoriul statului federativ și din norme emise de organele competente ale statelor federate, obligatorii doar pe teritoriul statelor respective.
- statele federative sunt subiecte de drept internațional, iar statele - membre - doar subiecte de drept intern, cu unele excepții
- organul legislativ al statului federativ este de obicei bicameral deoarece structura bicamerală asigură, în condițiile determinate de Constituția statului federativ, participarea statelor federate la stabilirea unei legislații comune și la luarea deciziilor de nivel federativ.⁵

În opinia savantului Ioan Muraru statul federativ nu a fost niciodată definit de o manieră care să pară satisfăcătoare tuturor teoreticienilor după cum nici pentru un stat nu s-a găsit o astfel de definiție

astfel considerăm că statul federativ este statul format din două sau mai multe state membre din unirea căror apare un nou stat ca subiect unitar de drept.

Federalismul constituie o noțiune complexă, foarte des prezentat ca un fel de remediu capabil de a uni ce este prea divizat și să disperseze ceea ce este prea uniform.³

Din punct de vedere juridic, federalismul se prezintă ca un mod de organizare mai avansat decât simpla descentralizare realizată într-un stat unitar, cu atât mai mult încât în practică legislatorul încă nu a stabilit nivelul optimal al autonomiei locale în statul unitar.

Prin esența sa, statul federativ reprezintă o formă mai democratică de organizare a puterii publice în teritoriu decât statul unitar, de aceea în marea majoritate pentru Statele federative este tradițională forma republicană de guvernământ.

Studierea acestor elemente teoretice de bază permite definitivarea alternativei de federalizare ca modalitate de soluționare a problemelor etnico-politice ale statului nostru. În practică această soluție a fost o perspectivă cât se poate de reală prun înaintarea în anul 2003 a memorandumului Kozak, care prevedea constituirea unui stat moldovenesc federal asimetric camuflat, adică cu o reprezentare neproportională populației în senat. Astfel se propunea crearea unui parlament bicameral format dintr-o cameră inferioară, aleasă prin reprezentare proporțională. Toate legile trebuiau însă consimțite de senat, a cărui repartizare era disproporționată în raport repartizarea populației pe teritorii: 13 senatori aleși de camera inferioară federală, 9 de Transnistria și 4 de Găgăuzia. Conform recensământului din 2004, în Transnistria locuiește 14% din populația republicii, iar în Găgăuzia mai puțin de 4%.⁶

Argumentul de bază în favoarea acestui compromis se axa pe faptul că Legea Supremă a Republicii Moldova este depășită de timp și nu face față progresului societății.

Trebuie să ținem cont că înainte de a opera modificările cu privire la caracterul unitar al statului Republica Moldova ar fi necesar aprobarea lor prin referendum, cu votul majorității cetățenilor înscrși în listele electorale. Considerăm că federalizarea Republicii Moldova poate fi considerată o soluție prin modificarea memorandumului Kozak sub următoarea formulă: crearea unui parlament bicameral format dintr-o cameră inferioară, aleasă prin reprezentare proporțională. Toate legile însă trebuie să fie consimțite de senat, a cărui repartizare să fie deasemenea proporțională în raport repartizarea populației pe teritorii: 15 senatori aleși de camera inferioară federală, 5 de Transnistria și 2 de Găgăuzia.

Totuși trebuie să luăm în considerație și faptul că la moment din punct de vedere științific nu pot fi identificate critetrii veridice care să argumenteze necesitatea dreptului la autodeterminare al raioanelor din stânga Nistrului pentru a fi luat în considerație la modul serios obținerea calității de subiect al federației.⁴

Nu trebuie să scăpăm din vedere faptul că alte state ale lumii deasemenea se confruntă cu problema separatismului, iar în cazul în care Republica Moldova ar deveni un stat federativ sub presiunea problemelor etnico-politice actuale, ar crea un precedent negativ la nivel internațional.

Conchidem prin a accentua că guvernul Republicii Moldova de comun acord cu societatea civilă și organizațiile internaționale, pot soluționa această problemă prin promovarea unei politici mai severe din punct de vedere economic, ceea ce ar duce pe termen lung la o dependență totală a regiunilor problematice de economia Republicii Moldova, consolidând astfel toate pârghiile de soluționare în mâinile guvernului legitim moldovenesc fără a fi pusă la îndoială eficiența formei statale de stat unitar.

REFERINȚE:

1. Constituția Republicii Moldova art.(1) alin. 1;
2. Legea nr. 436 din 28.12.2006 privind administrația publică locală;
3. Ioan Muraru, Drept constituțional și instituții politice. Vol. I, București, 1993 pag 153;
4. Boris N. și Alina N., Teoria Generală a Dreptului și Statului, Chișinău, P.215;
5. Ciugureanu-Mihăilăuță, C. Structura de stat (Note de curs, capitolul III), pag 5;
6. <https://regnum.ru/news/458547.html> (vizitat 13.03.2019)

SECȚIUNEA IX:
Cooperarea și integrarea economică regională:
probleme și perspective

**THE EFFECTS OF FOREIGN AID ON POVERTY ERADICATION
IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA
EFECTELE ASISTENȚEI STRĂINE ASUPRA ERADICĂRII SĂRĂCIEI
ÎN REPUBLICA MOLDOVA**

Dr., conf. univ., RODICA CRUDU
ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: crudu.rodica@ase.md

MERI CAZACU
ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail : cazacumeri@gmail.com

Abstract. *Poverty has been a constant in phenomenon in the world for as long as it has existed. Because the governments of developing countries do not have budgets large enough to effectively fight poverty, developed economies and international organizations as the WB and UNICEF provide assistance to increase the living conditions of people. In 2017, Moldova was the 6th biggest recipient of foreign aid in Europe with the 3rd smallest GDP per capita in the region and the fifth highest poverty rate at a \$5 a day poverty line.*

Key words: *poverty, foreign aid, GDP per capita, poverty rate*

Since the year 2000 the Republic of Moldova has been experiencing faster economic growth than other countries in the region, at over 5% annually until 2014, despite the sharp contraction of the economy during the global crisis of 2008-2009 and high volatility. As a small open economy, the country experienced several economic shocks, as well as climatic shocks that have greatly affected the agricultural sector and the economy as a whole respectively. In 2015- 2016 the performance of Moldova was compromised mainly by weak external flows, a draught and the notorious bank fraud, all of which was enhanced by the political instability in the country.

The economic growth in the country has been driven by consumption and income growth, which at its turn was fueled by an increasing inflow of remittances.

Remittances play an important role in the growth of consumption and, thus, in poverty reduction. Between 2010- 2014, remittances contributed to 21.6% of the income growth of the bottom 40.

In 2017 Moldova was the 6th largest recipient of ODA in Europe, receiving \$241 mln in net disbursements. Development projects for the implementation of which aid is provided to the Republic of Moldova include local energy and biomass support, the role of emigrants in the local economic development, capacity infrastructure for business, cross- border cooperation between Moldova and Ukraine, etc.

In this paper, the poverty headcount index of Moldova is analyzed with respect to net ODA received, GDP growth rate, personal remittances received (% of GDP) and the poverty gap index, between the year 2000 and 2017. The main goal of the econometric model built for the execution of this study, is to assess whether the ODA received by the Republic of Moldova contributes the progress made in poverty alleviation.

In order to assess whether all these variables influence each other's direction of growth to any degree, the correlation matrix shall be examined:

Table 1 Correlation Matrix

	H	O	Y	G	R
H	1.000000	-0.763149	0.235659	0.984937	-0.445517
O	-0.763149	1.000000	-0.103843	-0.726495	0.373841
Y	0.235659	-0.103843	1.000000	0.178066	0.134348
G	0.984937	-0.726495	0.178066	1.000000	-0.546020
R	-0.445517	0.373841	0.134348	-0.546020	1.000000

Source: Elaborated by the author using E- views based on the data from Table 3.1

The covariance matrix showed, and the results of multiple tests confirmed that, the ODA provided to the Republic of Moldova has a strong positive effect on poverty alleviation in the country. Not only does the poverty headcount decrease, the poverty gap narrows down reflecting an increase in the population's income and overall standard of living respectively. The model confirmed that remittances are one of the driving factors of poverty rates deceleration, and thus state policies must be designed in order to weaken the dependence of Moldova on transfers from abroad.

Another important observation that must be mentioned, is the fact that Moldova seems to depend too much on development assistance in its fight against poverty. Actions should be taken in order to promote economic growth and prosperity driven poverty eradication, otherwise Moldova risks an accelerated increase of population living under the poverty line in the long run.

REFERENCES:

1. Cancelaria de Stat. *Raportul anual privind asistența externă acordată Republicii Moldova în anul 2016*. Chisinau, 2017.
2. *Data: ODA by sector*. OECD. [Online] Available: <https://data.oecd.org/oda/oda-by-sector.htm>.
3. *Poverty*. The World Bank. [Online] Available: <http://www.worldbank.org/en/topic/poverty>.
4. World Bank Group. *Poverty and Shared Prosperity in Moldova: Progress and Prospects*. 2016. Report No. 105722-MD.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE COMMON AGRICULTURAL POLICY FROM EUROPEAN UNION AND REPUBLIC OF MOLDOVA

ANALIZA COMPARATIVĂ A POLITICII AGRICOLE COMUNE EUROPENE ȘI CEA DIN REPUBLICA MOLDOVA

Conducator științific: MARINA POPA, dr., lect. univ., ASEM
e-mail: popa.marina.vasile@ase.md

Autor/student: PAULA COJOCARI, EG 181, ASEM
E-mail : cojocaripaula@gmail.com

Abstract : *The aim of this study is to present general information about the Commun Agricultural Policy(CAP), to compare the agriculture system of the European Union and Republic of Moldova and to show the results of CAP.*

Key-words: *agriculture, policy, aims, challenges .*

JEL CLASSIFICATION: Q1; Q10; Q18

INTRODUCERE

Studiarea Politicii Agricole Comune(PAC) este esențială în perioada cotidiană, deoarece problema asigurării populației cu alimente calitative și contribuirea la atenuarea schimbărilor climatice sunt unele din cele mai grave aspecte ale lumii. Obiectivele acestei lucrări sunt de a contura

situația agricultorilor moldoveni în comparație cu a celor europeni și de a beneficia de orice proiect agricol din partea Uniunii Europene.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

1. PAC

Lansată în 1962, politica agricolă comună (PAC) a UE este un parteneriat între agricultură și societate și între Europa și fermierii săi. PAC este o politică comună pentru toate țările Uniunii Europene. Acesta este gestionat și finanțat la nivel european din resursele bugetului UE. Silvicultura nu intră în domeniul de aplicare al PAC, dar aceasta din urmă îi sprijină totuși pe fermierii care doresc să reîmpădurească o parte din terenurile lor agricole, în interesul biodiversității.

2. Provocările PAC:

Fiind o politică dinamică, PAC s-a adaptat, prin reforme succesive, la noile provocări cu care se confruntă agricultura europeană. UE a creat și pus în aplicare PAC pentru a face față unor provocări precum: asigurarea securității alimentare pentru toți cetățenii europeni; abordarea fluctuațiilor de pe piețele mondiale și a volatilității prețurilor; conservarea unor zone rurale prospere pe întreg teritoriul UE ; folosirea resurselor naturale într-un mod mai sustenabil ; contribuirea la atenuarea schimbărilor climatice.

3. PAC în practică:

Agricultura este diferită de cele mai multe alte întreprinderi, deoarece se aplică următoarele considerații special: în ciuda importanței producției alimentare, veniturile agricultorilor sunt cu aproximativ 40% mai mici comparativ cu veniturile neagricole. În Uniunea Europeană, salariile unui agricultor pe oră (fără impozite) variază între 3,13-28,37 euro, însă în Republica Moldova salariile acestora abia dacă ajung la 150 euro într-o lună. Agricultura depinde mai mult de vreme și de climat decât de multe alte sectoare ; există un decalaj inevitabil de timp între cererea consumatorilor și agricultorii care pot furniza - creșterea grâului sau producerea a mai mult lapte necesită inevitabil timp.

4. Scopurile PAC:

Printre scopurile PAC se numără și: să sprijine fermierii pentru a avea o viață rezonabilă. În Republica Moldova, statul acordă agriculturilor asistență financiară pentru a se asigura că aceștia continuă să lucreze pământul și să creeze locuri de muncă suplimentare prin reamenajarea satelor și protejarea peisajului sau prin proiecte privind patrimoniul cultural și multe alte sarcini asociate în mod direct sau indirect cu agricultura și economia rurală, de asemenea sunt reconstruite spitalele și școlile din zonele rurale, pentru a motiva fermierii să lucreze în continuare în sate. Aceasta contribuie la prevenirea depopulării zonelor rurale, cauzată de oportunitățile limitate de ocupare a forței de muncă și de rata crescută a șomajului. Un alt scop al PAC ar fi să îmbunătățească productivitatea agricolă, asigurând o aprovizionare stabilă a alimentelor accesibile; să contribuie la combaterea schimbărilor climatice și gestionarea durabilă a resurselor naturale; să mențină zonele rurale și peisajele din întreaga UE ; menținerea în viață a economiei rurale prin promovarea locurilor de muncă în agricultură, în industria agroalimentară și în sectoarele asociate .

5. Sprijinul Uniunii Europene:

UE sprijină agricultorii încurajând: înființarea de organizații de producători; crearea unor tipuri de producție specializate, cum ar fi agricultura ecologică; relațiile contractuale pe tot parcursul lanțului de aprovizionare cu alimente; crearea de fonduri mutuale și de sisteme de asigurări, pentru a permite agricultorilor să facă față mai bine instabilității pieței sau scăderii bruște a prețurilor. Republica Moldova de asemenea este una din statele ajutate de către Uniunea Europeană, prin realizarea unor programe în domeniul agriculturii, de care pot beneficia fermierii moldoveni. Astfel, în perioada 2016-2018, în Republica Moldova, a fost implementat programul SARD (Susținerea agriculturii și dezvoltării rurale în UTA Găgăuzia și Taraclia), care a avut un buget de 6,5 milioane Euro, cu scopul de a crea noi afaceri și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri) în UTA Găgăuzia și Taraclia. În urma acestui program, 15 moldoveni au obținut granturi de până la 18.400 euro din partea Uniunii Europene. Pe lângă sprijinul financiar nerambursabil, antreprenorii selectați vor beneficia de asistență tehnică și

consultanță pentru dezvoltarea afacerilor, pe parcursul unui an. Astfel, cu ajutorul Uniunii Europene antreprenorii din Găgăuzia și Taraclia vor dezvolta afaceri în mai multe domenii, cum ar fi agricultură, producție, zootehnie și servicii. Proiectele câștigătoare prevăd, printre altele, producerea uleiului din semințe de struguri, fabricarea brânzeturilor din lapte de capră, producerea și comercializarea produselor apicole, dezvoltarea unei pensiuni agroturistice.

Concluzii: Agricultură este una dintre cele mai importante ramuri ale economiei, deoarece asigură cu hrană întreaga populație, astfel ea trebuie realizată într-un mod cât mai sustenabil pentru a proteja mediul.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. <https://www.consilium.europa.eu/ro/policies/cap-introduction/>
2. <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance>
3. <http://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/society/20180404STO00909/piata-produselor-alimentare-ecologice-din-ue-infografic>
4. http://sard.md/?page_id=782

THE SHIFT OF POWER TO EMERGING ECONOMIES ON GLOBAL ARENA

Author: Diana LESNIC, III year student,
specialty: World Economy and International Economic Relations,
e-mail: lesnic_diana@yahoo.com

Scientific advisor:
PhD, Assoc. prof., Rodica CRUDU,
Dean of the faculty of International Economic Relations,
Tel. (+373) 22 402 712
e-mail: crudu.rodica@ase.md
Academy of Economic Studies of Moldova (ASEM),
Republic of Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61.

Abstract. На сегодняшний день можно наблюдать изменения в моделях мировой экономики, повышенную роль развивающихся стран на просторах международных организаций и новые меры влияния со стороны новых игроков. Недавний рост стран с развивающейся экономикой, в основном представленный БРИКС, создал новый путь для международных экономических отношений, создав прочный противовес глобальному северу, который, в свою очередь, представлен такими игроками, как США, Япония и Европейский союз.

Key words: международные отношения, развивающиеся страны, международная торговля, БРИКС, роль, влияние

JEL CLASSIFICATION: F10, F50

INTRODUCTION

Nowadays one may observe the changes in the patterns of world economy which results mainly in reallocation of global economic activities, the rise of developing economies, changes in global consumption and fluctuations in import/export destination shifts. The recent rise of emerging economies, mainly represented by BRICS created a new path for international economic relations by creating a solid counterweight for the global north which in its turn is represented by such players as USA, Japan and European Union. One may observe the changes in trade flow distribution which is mainly concentrated on to world poles: western and eastern one. The actuality of the topic was expressed in the global need for more coherent and multilateral dialog within international organizations (in the given case the World Trade Organization) and the strengthening of effective

international cooperation in terms of trade. Moreover this research will pursue such goals as identification of the general role of emerging economies on international arena, demonstration the shift of power in trade to emerging economies represented by BRICS and understand the challenges and opportunities facing BRICS economies in the 21st century. This scientific paper will analyze the influence on international trade and the general rise of voice of emerging economies relying on performance of BRICS countries.

MAIN CONTENT

From the variety of definitions given by many scholars it is hard to separate one. In this article the following definition would be used given by statistical journal Economy Watch (2010). Therefore emerging market economies are economies with low per capita income that constitute approximately 80% of the global population as well as 20% of the world economies. Moreover these economies have a common feature as trade liberalization and high degree of integration in the global value chains. Furthermore, in this scientific paper are examined changes in international trade associated with integration of low- and middle-income nations into the global economy. According to the international economic literature the exchange of goods between developed economies which are mainly situated in the northern part of the globe (USA, EU, Canada, Japan) is often referred to as North-North trade. Today the share of South-South trade (trade between developing economies) and North –South trade is growing. Therefore imbalances between north-south trade is in decline that proves the fact that global south, and namely emerging economies are gaining weight and influence on global arena. Thus today the sum of North-North trade flows amounts US\$6.3 trillion (36%), South-South trade -US\$4.9 trillion (28%) and between North and South-US\$6.3 trillion (36%).

Looking at the macroeconomic perspective it may be observed that emerging economies constitute 32% of world GDP, majority is the most populous countries and the economic growth is accelerating to 4.4%. However, despite the favorable evolution in growth there are some disparities. Hence, developing economies of Asia and Oceania recorded the best result of growth rate of 5.6%, whereas the developing economies of America reached only 1.2 %.

The shift of power to emerging economies can be understand and measured by analysis of BRICS countries. BRICS is the acronym for Brazil, Russia, India, china and South Africa that legally were bind together in 2009. These countries are the largest in territory and economic size representatives of the emerging economies from their region. As it is these giants are spread over five different continents and occupy more than 25% of world land area.

BRICS contributed significantly to the development of South-South trade and strengthened the position of emerging economies at the multilateral table of negotiations in the WTO. Moreover it may be affirmed that altogether BRICS countries exert 3 dimensions of power in international trade: within world trade organization, bilateral and regional free trade and investment negotiations, and the BRICS summits and trade meetings which have come to represent the formal platforms of BRICS cooperation. First manifestation of influence was revealed during the Doha round of negotiations in WTO. The main point of discussion was trade barriers and infringement of rights of developing countries. Therefore, the group, which included China, India, Brazil and South Africa, expressed their continued support for liberalization of international trade under WTO rules, but also drew attention to the significant imbalances between rights and obligations under the WTO as well as in conditions of market access. Second, emerging economies try to reduce the dependence on strategic imports from developed countries. Therefore multilateral agreements and regional free trade agreements are concluded with the vast number of neighboring countries with the aim to ensure energy security and gain access to new markets.

Despite the fact that emerging economies has a common positive features as accelerated economic growth, abundance of natural resources, population, largest share of land territory and world GDP, presence of foreign investors and etc. they also undergo through a number of challenges. For instance approximately all emerging economies even the mighty ones suffer from poverty and corruption. Most of their population, especially rural, lives under the poverty line. As a

recommendation the investments in human capital and skills development are required to raise productivity and take full advantage of technological changes. In the current environment of limited fiscal resources, the urgency of these investments highlights the critical need to prioritize effective public spending and increase public sector efficiency. Another major challenge is disparities in economic size and political instability. As was mentioned earlier there are uneven distribution of growth among emerging economies. For instance China is the world's first export country and has the second largest GDP. According to the statistical analysis, China's GDP is 35 times of South Africa and 5 times larger than India. Nowadays there are questions rising on China's categorization as emerging economy. moreover instable political vector may cause misunderstandings and trade wars within the global south hemisphere. For example Brazil's political coups and rebellions in the region bring in constant uncertainty and unstable diplomatic relations. Thus the recent election of Brazil's president Jair Bolsonaro in 2018 brought in uncertainty in further strategic cooperation as new president started reorientation in key partnerships to western world, namely United States which caused the reduction of trade flows between Brazil, Russia and China. The next move of new government was to reject the idea of multilateralism and withdrew Brazil from global pact on migration.

In **CONCLUSION** it can be affirmed that growth of emerging economies will continue to increase owing to the rise of China and the other major BRICs. But the influence of emerging economies will prosper only in the case of reforms and significant investments in social wellbeing as workforce is a key advantage of emerging economies on global arena.

REFERENCES:

- 1.Economy Watch 2010. Emerging market economy: Available at: <http://www.economywatch.com/market-economy/emerging-market-economy.html>
- 2.UNCTAD HANDBOOK OF STATISTICS, United Nations Publications, New York, United States of America,2018, ISBN: 978-92-1-112934-2
- 3.TEREZA DE CASTRO, *Trade among BRICS countries: Changes towards closer cooperation*, Published by VŠB-TU Ostrava. ER-CEREI, Volume 16: 131–147 (2013),ISSN 1212-3951 (Print), 1805-9481 (Online)
- 4.GORDON H. HANSON, *The Rise of Middle Kingdoms: Emerging Economies in Global Trade*, Journal of Economic Perspectives—Volume 26; available at https://gps.ucsd.edu/_files/faculty/hanson/hanson_publication_it_kingdoms.pdf
- 5.Infobrics.org

EU STRATEGIES ON SME DEVELOPMENT

STRATEGIILE UE CU PRIVIRE LA DEZVOLTAREA IMM-URILOR

Conducător științific: Dr. hab., prof. univ. NATALIA LOBANOV
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Republica Moldova, mun.Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: n17@inbox.ru

Autor: AURELIA RUSU
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Republica Moldova, mun.Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: aurelia.rusu98@gmail.com

Abstract. *Le secteur des petites et moyennes entreprises contribue à améliorer la situation économique, stimule la croissance de la production, participe à la création de nouveaux emplois, contribue à la solution du problème du développement régional. Les PME sont associées au progrès technologique, réduisant les inégalités sociales, constituant un élément indispensable de l'économie de marché, servant de satellites aux grandes entreprises. Les PME jouent un rôle important dans le développement de l'économie d'un pays. Elles contribuent directement à la création d'emplois, stimulent la concurrence, contribuent à accroître les exportations, favorisent la création et la mise en œuvre d'innovations*

et de nouvelles technologies. L'objectif de cette recherche est donc de démontrer l'importance de soutenir ce secteur de l'économie, mais également de mettre en évidence les bonnes pratiques européennes dans le domaine des PME, afin qu'elles puissent être reprises et adaptées à la situation actuelle de la République de Moldavie.

Mots-clés: *petites et moyennes entreprises, Union européenne, stratégies, opportunités, accès au financement.*

JEL CLASSIFICATION: F63, F15

INTRODUCERE.

Întreprinderile mici și mijlocii dețin un rol esențial în cadrul economiei UE, reprezentând peste 99 % din întreprinderile europene și asigurând două treimi din locurile de muncă existente în sectorul privat. Comparativ cu UE în Republica Moldova numărul întreprinderilor mici și mijlocii constituie circa 98,6% din numărul total de întreprinderi. Numărul salariaților care activează în cadrul IMM-urilor constituie 61,2% din numărul total de salariați ai întreprinderilor, iar veniturile din vânzări ale întreprinderilor mici și mijlocii însumează 41,5% din venituri din vânzări în total pe economie. Astfel, devine necesară studierea acestui domeniu atât de important pentru economia națională și regională, mai ales în contextul globalizării și al creșterii concurenței ce vine din partea marilor companii transnaționale. Obiectivele acestei cercetări sunt de a demonstra importanța susținerii acestui sector al economiei, dar și de a evidenția bunele practici europene în domeniul IMM-urilor, pentru a putea fi preluate și adaptate situației actuale a Republicii Moldova.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

IMM-urile operează în principal la nivel național, relativ puține dintre ele fiind angajate în activități comerciale transfrontaliere în interiorul UE. Politica UE în materie de IMM-uri are drept obiectiv să se asigure că politicile și acțiunile Uniunii țin seama de nevoile întreprinderilor mici și contribuie la transformarea Europei într-un spațiu mai atractiv pentru crearea de întreprinderi și desfășurarea de activități economice. În perioada 2014-2020, Fondurile structurale și de investiții europene vor pune la dispoziția statelor membre peste 450 de miliarde de euro pentru finanțarea de investiții destinate sporirii locurilor de muncă și consolidării creșterii economice. [1]

În scopul susținerii și facilitării accesului IMM-urilor la finanțare, în scopul creșterii competitivității și gradului lor de inovare Uniunea Europeană a adoptat și implementat o serie de strategii, proiecte, fonduri și facilități fiscale oferite în special sectorului IMM. Printre cele mai ambițioase și eficiente proiecte se numără: cea mai vastă și cuprinzătoare inițiativă privind IMM-urile: Small Business Act (SBA) ce vizează îmbunătățirea abordării generale cu privire la spiritul antreprenorial în UE prin aplicarea principiului „thinking small first” („a gândi mai întâi la scară mică”); Programul Orizont 2020 ce urmărește crearea unui mediu mai bun și mai cuprinzător de sprijin al activităților de cercetare și inovare ale IMM-urilor; Programul pentru competitivitatea întreprinderilor și a întreprinderilor mici și mijlocii (COSME) cu un buget de peste 2,3 miliarde EUR ce își propune să ajute anual 39 000 de întreprinderi, să creeze sau să păstreze 29 500 de locuri de muncă și să lanseze 900 de noi produse, servicii sau procese comerciale până în 2020; Programul VIP4SME își propune să consolideze serviciile de sprijin pentru proprietatea intelectuală pentru IMM-uri, etc.

Alte exemple de politici și rețele care vizează IMM-urile includ, în primul rând, servicii de sprijin general pentru IMM-uri în UE, precum „Rețeaua întreprinderilor europene”, „SOLVIT”, „Europa ta – Întreprinderi”, „IMM-urile și mediul” și „Lucrul cu produsele chimice: Birourile naționale de asistență tehnică REACH”. În al doilea rând, sprijinul pentru inovare și cercetare include „Serviciul de asistență pentru drepturi de proprietate intelectuală (DPI)”, „Techweb pentru IMM-uri”, „Serviciul de asistență pentru IMM-uri: aspecte legate de DPI în relațiile cu China”, „Rețeaua europeană (EBN) a centrelor de afaceri și inovare (BIC)”, „Rețeaua europeană de inovare la locul de muncă” și „Gate2Growth” [1]

În contextul potențialei integrări a RM în UE este necesară armonizarea politicilor de dezvoltarea a IMM-urilor în RM conform legislației europene, iar semnarea acordului de asociere cu UE și a zonei de liber schimb aprofundat și cuprinzător vine în susținerea acestui scop prin oferirea

suportului întreprinderilor mici și mijlocii din țara noastră. Astfel DCFTA include facilități, suport financiar și informațional oferit IMM-urilor din RM. Facilitatea combină împrumuturile cu granturile UE pentru a sprijini finanțarea directă a IMM-urilor din Republica Moldova. Obiectivul acesteia este de a îmbunătăți accesul la finanțare prin asigurarea unor sisteme de garanții și a unei asistențe tehnice pentru sporirea numărului proiectelor viabile derulate de IMM-uri. Prin Facilitatea DCFTA IMM-urile vor primi aproximativ 200 de milioane euro subvenții de la bugetul UE. Proiectul a adus beneficii pentru diferite proiecte din sectorul TIC, al leasingului, precum și din sectorul agro-economic și energetic.[2]

CONCLUZII

Succesul pe plan economic al Europei depinde în mare măsură de atingerea potențialului maxim de dezvoltare al întreprinderilor mici și mijlocii. Anume din această cauză UE finanțează și va continua finanțarea sectorului IMM pentru că este unul cu adevărat de perspectivă și pentru că până la urmă orice companie transnațională de astăzi a fost cândva o întreprindere mică sau mijlocie. Moldova are încă multe de învățat de la partenerii săi din UE, însă cert este faptul că investițiile statului în acest sector pot contribui la o creștere economică durabilă și la transformarea țării noastre dintr-o țară de consumatori și importatori în una de producători și exportatori. Totul depinde până la urmă de eficiența investițiilor efectuate și rentabilitatea lor pe termen lung.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. *Întreprinderile mici și mijlocii* Disponibil:
<http://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/63/întreprinderile-mici-si-mijlocii> (accesat la data de 17.04.2019)
2. *Facilitatea ZLSAC de sprijinire directă a IMM-urilor* Disponibil:
<http://eu4business.eu/mo/programme/facilitatea-zlsac-de-sprajinire-directa-imm-urilor> (accesat la data de 17.04.2019)
3. *Activitatea întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova în anul 2017* Disponibil:
<http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=6061> (accesat la data de 17.04.2019)
4. *Retrospectiva Întreprinderilor Mici și Mijlocii din Republica Moldova* Disponibil:
<http://odimm.md/files/ro/pdf/Perspectiva%20sectorului%20IMM.pdf> (accesat la data de 05.04.2019)

THE GROWTH OF ECONOMIC PERFORMANCE THROUGH NATION BRANDING

CREȘTEREA PERFORMANȚEI ECONOMICE PRIN INTERMEDIUL NATION BRANDING

Conducător științific: MARINA POPA, DR., LECT. UNIV.
Academia de Studii Economice a Moldovei, str.G.Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: popa.marina.vasile@ase.md

Autor: VALERIA TAMAȘCIUC
Academia de Studii Economice a Moldovei, str.G.Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: tamasciucvaleria@gmail.com

Abstract. *Most valuable brands in the world, are spending considerable money, time and energy managing their brands. They do so because they know the real POWER OF BRANDS and its benefits. Similar to companies, nations have brand images of their own. Would nations' economies similarly prosper if they adopted similar "brand" strategies? The goal of this paper is to help the reader understand the value of nation brands and how nations can improve their economic prosperity through nation-branding*

Key words: brand, nation brand, economic growth, people, investment

JEL CLASSIFICATION: O1, O3, O5

INTRODUCERE.

În ultimii 20 de ani, perspectiva de gestionare a reputației brandului național a apărut ca o tendință globală. Unul dintre motivele principale ar fi că branding-ul națiunii este capabil să ofere diverse avantaje într-o lume tot mai competitivă, în care guvernele naționale trebuie să gestioneze și să controleze imaginea pe care o proiectează în lume, dar și să atragă investiții, turism, comerț și talente. Un avantaj primordial rămâne totuși a fi creșterea performanței economice și promovarea țării la nivel global.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Blocul dezvoltării și prosperității naționale are la bază, pe lângă piloni precum capital uman, inovații și infrastructură dezvoltată, stabilitate politică, sectorul real (industrie, investiții, business), calitatea vieții și un pilon cu importanță majoră ce ține de nation branding. Însăși implementarea modelului SMART COUNTRY într-o economie presupune, mai întâi de toate, crearea unui brand de țară ce însumează în sine factori decisivi precum economie inteligentă, mediu inteligent, factor uman inteligent și bineînțeles, condiții de trai inteligente. Anume în contextual în care națiunile au perceput aportul incontestabil al brandului de țară în dezvoltarea prosperității naționale, apare și se dezvoltă în ritm alert conceptul de nation branding.

În cartea "Diplomația într-o lume globalizată: teorii și practici", autorii definesc nation-branding-ul ca "aplicarea conceptelor și tehnicilor de marketing folosite în cadrul corporațiilor de către țări, în interesul creșterii reputației lor în relațiile internaționale"[1]. În scopul valorificării conceptului respectiv, Simon Anholt spunea că "Reputația generală a brandului unei națiuni trebuie măsurată, gestionată și influențată de un parteneriat între turism, cultură, guvern, afaceri și societatea civilă". Acest parteneriat poate fi reprezentat în așa numitul *Anholt - GfK Nation Branding Hexagon* [3], care descrie elementele ce alcătuiesc un brand național și oferă o evaluare aprofundată a poziției și reputației unei țări în întreaga lume.

Dacă ar fi să vorbim despre cele mai competitive branduri de națiune care însumează în sine indicatori înalți pentru toate categoriile prezente în cadrul hexagonului, Brand Finance vine cu un raport cu privire la TOP 20 cele mai valoroase națiuni. În top se poziționează, indubitabil, hegemonul economiei globale – SUA, al cărui brand valora, în 2018, \$25,899mlrd, urmat de China, cu un brand în valoare de \$12,799mlrd, Germania, Marea Britanie, Japonia, Franța, Canada, Italia, India, Coreea de Sud, etc [4].

Un exemplu elocvent al creșterii performanței economice prin intermediul nation branding-ului ar fi cel al Luxemburgului, țară de dimensiunea Maltei, cu o suprafață totală de 1000m², căreia rareori i-a fost ușor să atragă investiții. Deși eforturile guvernului luxemburghez pentru promovarea imaginii țării încep în 1990, cadrul conceptual de promovare începe să se dezvolte abia în 2004, când guvernul adoptă o strategie de creare a brand-ului de țară, bazată pe *fiabilitate, dinamism și deschidere* [5]. Crearea imaginii de țară a fost, prin urmare, punctul de plecare al creșterii fructuoase a economiei Ducatului, care astăzi a ajuns să aibă cel mai înalt PIB pe cap de locuitor - 104 103\$, valoare estimată la aproximativ \$34 645 în 1990 și la \$75 716 în 2004 [6]. Care ar fi șansele țării noastre să aibă o asemenea creștere economică? Greu de presupus, mai ales în contextul în care furtul miliardului a devenit brandul de țară care ne reprezintă la nivel internațional;

Despre brandul Republicii Moldova începe să se vorbească destul de târziu, mai exact, atunci când în 2006 MIEPO vine cu ideea promovării imaginii țării. Este momentul când apare brandul sub forma unui cub tridimensional, asociat cu o piatră mică și prețioasă, la fel ca și Moldova, format din intersecția mai multor linii și culori, cu semnificație specifică. Șase ani mai târziu, Agenția de Turism a Moldovei lansează un nou brand de atragere a turiștilor, mai exact „*Tree of Life*”, împreună cu sloganul „*Discover the routes of life*” [6] – brand care îi îndeamnă pe vizitatori să urmeze calea spre noi descoperiri, prin ospitalitatea, istoria, vinul, gastronomia și tradițiile moldovenești. Toate acestea, împreună cu crearea platformelor de promovare, a paginilor web, organizarea festivalurilor și evenimentelor: *Mai Dulce, IA Mania, Bostaniada, Ziua Vinului, Noaptea Muzeelor, Cronograf*, au un singur scop – modificarea percepțiilor despre țară, repoziționare, promovarea țării și odată cu ea,

atragerea turiștilor, investitorilor, imigranților, etc. Schimbarea va apărea însă doar atunci când oamenii vor înțelege că acțiunile noastre, vizibile la scară globală, au consecințe economice cu mult peste costul lor direct.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI.

În mediul concurențial internațional contemporan, națiunile sunt în mod constant obligate să răspundă unui cadru social și economic dinamic, similar cu o piață comercială. Mărcile sunt omniprezente, și cele mai mari branduri din lume rămân a fi țările. Este, deci datoria fiecărei țări să adopte o strategie corectă în vederea promovării propriului brand, ori promovarea brandului este considerată un instrument major pentru crearea și valorificarea avantajelor competitive ale națiunilor și, în consecință, pentru dezvoltarea lor durabilă.

În contextul unei promovări active și creării unor campanii eficiente de branding, Republica Moldova ar avea foarte multe de câștigat din punct de vedere economic și social.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. KERR P. Diplomacy in a Globalizing World: Theories and practices. OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2008
2. https://www.researchgate.net/figure/Anholt-and-Hildreths-2004-nation-branding-hexagon-Adapted-from-Anholt-and-Hildreth_fig3_230269033
3. www.brandfinance.com
4. <https://wirtzbill.com/2017/11/03/luxembourgs-nation-branding-a-marketing-campaign-run-by-a-government/>
5. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD?locations=LU>
6. <http://agepi.gov.md/en/news/%E2%80%9Ctree-life%E2%80%9D-%E2%80%93new-touristic-brand-republic-moldova>
7. <https://www.usnews.com/news/best-countries/articles/2018-03-20/the-importance-of-nation-branding-and-why-the-us-needs-to-take-action>

LE TRADING. L'INFLUENCE DES ÉVÉNEMENTS MONDIAUX SUR LE PRIX DYNAMIQUE DES INSTRUMENTS MONDIAUX.

TRADINGUL. INFLUENȚA EVENIMENTELOR MONDIALE ASUPRA DINAMICII PREȚURILOR INSTRUMENTELOR MONDIALE

Conducător științific, LARISA DODU-GUGEA, DR., CONF., UNIV.
Academia de Studii Economice din Moldova, str. Bănulescu-Bodoni 61,
MD-2005, Chișinău, R. Moldova,
E-mail: dodu_gugea@yahoo.fr

TĂLĂMBUȚĂ Diana, studentă, anul II,
specialitatea: Economie Mondială și Relații Economice Internaționale,
Academia de Studii Economice din Moldova, str. Bănulescu-Bodoni 61,
MD-2005, Chișinău, R. Moldova
E-mail: d.talambuta@yahoo.com

Résumé. Aujourd'hui, le trading est devenu un domaine d'activité transparent et accessible à la société humaine, ainsi que la jurisprudence, l'économie, les technologies de l'information et d'autres domaines d'activité. Avec l'expansion de ce domaine, le nombre et la concurrence des traders augmente également. D'innombrables traders ouvrent des positions tous les jours sur les marchés Forex, et beaucoup d'entre eux encaissent des pertes et échouent dans leur carrière de trader. Voulez-vous savoir pourquoi? Parce qu'ils activent en utilisant une stratégie basée uniquement sur une analyse technique. Mais dans le monde, chaque jour, chaque heure et chaque minute, se déroulent des événements qui influencent directement et indirectement les prix des instruments mondiaux et en effet ces événements sont déterminants dans le trading.

Cuvinte-cheie: trading, trader, instrumente financiare, platformă de tranzacționare, broker, criză financiară.

JEL CLASSIFICATION: G

INTRODUCERE

Trading este activitatea de cumpărare și vânzare a activelor și a produselor financiare cu scopul de a obține profit. Printre activele financiare comercializate de către trader se numără acțiunile și obligațiunile, valutele sau materiile prime. Se mai spune că tradingul este o activitate de speculare cu instrumente financiare. Pentru a ști cum să faceți trading, nu aveți nevoie decât de: un computer, o tabletă sau smartphone, conexiune la Internet, platformă de tranzacționare care reflectă grafic evoluția prețurilor instrumentelor financiare, oferind posibilitatea de a vinde sau a cumpăra instrumente financiare online și mai aveți nevoie de un broker care mijlocește încheierea contractelor comerciale între vânzător și cumpărător.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Tradingul este un domeniu cu subtilități specifice, iar în lipsa cunoașterii fundamentelor, orice tranzacție reprezintă pur și simplu un joc de noroc. Astfel există două mari metode de analiză, ce pot fi utilizate independent pentru stabilirea unei strategii de tranzacționare câștigătoare. Analiza tehnică studiază cotațiile în dinamica lor și amplitudinea modificărilor prețului unui instrument financiar, pe baza reprezentării grafice a mișcării prețului. Analiza fundamentală reprezintă informația deținută și utilizată de un trader care-i va asigura profit.

Tradingul reprezintă un schimb, determinat de modificările prețurilor instrumentelor financiare, iar dinamica prețurilor se explică prin creșterea sau scăderea cererii sau ofertei instrumentului dat, iar aceste două componente se stabilesc în dependență de evenimentele mondiale sau informația. Cea mai valorificată informație se reflectă rapoartele prezentate de instituțiile financiare ale marilor actori economici. Unul dintre cele mai importante rapoarte este balanța comercială care reflectă diferența dintre valoarea exporturilor și valoarea importurilor ale unei țări. Când o țară se confrună cu deficit al balanței comerciale, va fi nevoită să cumpere valută străină și este forțată să vândă cantități considerabile de monedă proprie, pentru a reuși să plătească importurile de bunuri și servicii. Astfel, un deficit al balanței comerciale, de regulă determină o depreciere a monedei locale în raport cu alte monede. Un alt raport care reflectă rata relativă a inflației se manifestă printr-o tendință de micșorare a prețului valutei în țara în care rata inflației este mai ridicată și invers, prețul valutei va crește în cazul în care rata inflației va fi mai mică. Raportul privind stocurile de petrol brut produce adesea fluctuații uriașe ale prețurilor, deoarece prețurile petrolului influențează economiile mondiale, afectând astfel, valute a căror state sunt exportatoare și importatoare de petrol. Însă adevărate "boom-uri" și veniturile colosale se înregistrează la evenimentele care lasă amprentă în istorie. Un astfel de eveniment este panica din 1907 care a fost generată de colapsul sistemului bancar, sistem care s-a confruntat cu retrageri masive de bani, cu falimente și cu o scădere drastică a încrederii în bănci. În acea perioadă Dow Jones Industrial Average s-a prăbușit în luna martie urmată de o altă scădere serioasă în octombrie, deoarece au falimentat peste 16 000 bănci și a căzut piața de capital în consecință se creează o panică mare, cineva pierde iar cineva profită de posibilitate și face miliarde de dolari pe această cădere. Un alt "boom" mondial s-a produs odată cu anunțarea crizei din 2008. La acel moment mulți oameni luau credite la o dobândă de nimic, inflația a crescut considerabil. Iar Sistemul Federal de Rezerve al Statelor Unite ale Americii ia decizia să-și întoarcă creditele de la băncile comerciale, acestea la rândul lor încep să vândă gajurile lăsate de oameni, deoarece aceștia n-aveu de unde restitui banii luați în credit și începe panică, criză, a căzut piața de imobile, are loc o depreciere colosală a prețului și iarăși cineva pierde iar cineva face trading. Unul dintre evenimentele recente care a schimbat tendința prețurilor este Conflictul SUA&China în urma căruia s-a format o tendință descrescătoare a prețului la petrol deoarece China fiind cel mai mare importator de petrol, nu mai exportă atât de multă marfă din cauza sancțiunilor, și deci nu mai are nevoie de atât de mult petrol, iar în consecință scade cererea și prețul petrolului. Atunci când conflictul SUA&China nu mai este atât de actual, traderii deja pun accent pe sancțiunile împotriva Iranului. În acest moment prețul la petrol își schimbă direcția crește cererea și prețul petrolului pe piață până în momentul când OPEC decide să majoreze volumul de extrageri a petrolului. Iată ce înseamnă să deții și să folosești

informația, fiindcă informația pe care noi o avem formează trenduri, iar ele durează atât timp cât nu se clarifică criza.



Sursă: elaborată de autoare pe platforma de tranzacționare MT5, în baza analizei tehnice și fundamentale

CONCLUZII

Cine deține informația deține puterea, această afirmație este valabilă și în trading, deoarece fiecare tendință a prețului de creștere, de scădere sau menținerea într-un diapazon este argumentată de un eveniment mondial. Deci pentru ca traderii, instituțiile financiare și chiar publicul larg să reușească în acest domeniu este foarte important de a intra în esența fiecărui eveniment mondial și de a prognoza influența lui asupra tendinței prețurilor instrumentelor financiare.

REFERINȚE

<https://www.federalreserve.gov>
<https://www.investing.com>
<https://trading.md>
<https://double-case.md>

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE EXTERNAL TRADE OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA WITH THE EUROPEAN UNION AND EUROASIAN ECONOMIC UNION

ANALIZA COMPARATIVĂ A COMERȚULUI EXTERIOR AL REPUBLICII MOLDOVA CU UNIUNEA EUROPEANĂ ȘI UNIUNEA ECONOMICĂ EUROASIATICĂ

Author: Ruslan MAHMADBECOV
Academy of Economic Studies of Moldova (ASEM),
Republic of Moldova, Chisinau, Banulescu-Bodoni 61 street
e-mail: mahmadbecov.r@gmail.com

Scientific coordinator: Rodica CRUDU,
Dean of IER Faculty; Phd. Assoc. Prof.
Academy of Economic Studies of Moldova (ASEM)
Republic of Moldova, Chisinau, Banulescu-Bodoni 61 street
e-mail: rodikakrudu@gmail.com

Abstract. Odată cu evoluția comerțului exterior al tânărului stat – Republica Moldova apare necesitatea de a monitoriza și actualiza datele acestui sector cu un ulterior studiu eferent care, implicând unii indicatori de comerț exterior și cu ajutorul unor metode de cercetare precum deducția, analiza și sinteza datelor în baza surselor consultate, are drept scop de a schița o imagine clară a relațiilor dintre R. Moldova și piețele externe: UE și UEE, prin prisma produselor exportate, și ca într-un final să demonstreze pe baza fluxului de comerț exterior că orientarea acestuia se execută accelerat în special spre UE.

Key Words: Comerț exterior ; Export ; Piață externă ; Avantaj comparativ

JEL classification: P45, P51

Together with the evolution of the external trade of this young country – The Republic of Moldova – comes the necessity of monitoring and updating the data of this sector with an afterwards study which, involving the external trade indexes and several ways of research such as deduction, analysis and data synthesis, has the aim to determine which is the main external market of the R. of Moldova : EU market or EEU market and to design a more clear picture about the Moldovan Exports.

The objectives of this study are:

- **To identify the primary commercial partners of the Republic of Moldova;**
- **To analyze the structure of foreign trade on the groups of products through the external trade indexes;**
- **To determine the development prospect of the commercial relations of the Republic of Moldova with EU and EEU in the context of European integration.**

The development stage of a country depends , at a certain portion of share , on the relations it has with other states and considering nowadays market economy, the External Trade process and policy of a country can be the key to its flourishing.

By analyzing the Gross Domestic Product (GDP) of the Republic of Moldova during the last years we can observe fluctuations in its value. According to the World Bank data, starting with 2016 moldovan GDP grew from 6,749.5 mln USD to 8,128.0 mln USD in 2017, thus the economy had some signs of betterness.

If to consider the evolution of the external trade of the Republic of Moldova we can observe that the external trade registered a progress in the last 10 years. Despite the fact that the trade balance has a permanent negative value, in 2018 being estimated to be -3.057 bln. USD , the exports have an upward sloping trend with the biggest value in the last ten years of 2.706 million USD.

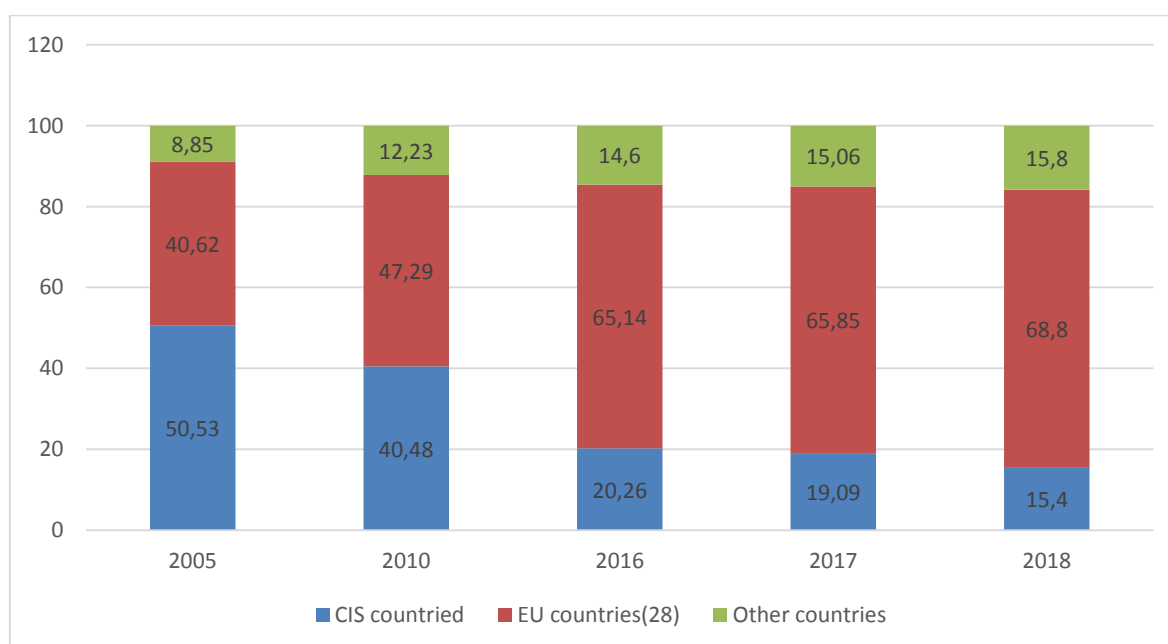


Fig.1 Structure of Moldova Exports by group of countries (%)

Source : Elaborated by author using NBS

Reflecting this tendency, the exports to the EU increased from 40,6% in 2005 to 68,8% in 2018 as we can see in the figure above. The presence of the moldovan products on the EU market increased significantly while on the CIS market it decreased from 50,5% to 15,4% in 2018. Also, the comparative analysis on regions depicts a more stable evolution of them in the direction of the European Union, comparing with other destinations. Despite the fact that more than 68% of the total export have as final destination the EU market, where the transactions are done in EUR, the state`s official statistics is built in US dollars. In this way the depreciation of the EUR in terms of USD contributed to the distortion of the aferent data of the external trade.

Obviously, the most important commercial partner of the R. of Moldova from this region ,and taken as generally also, remains to be Romania with a weight of 26.9% in the total exports. It is followed by Italy and Germany with the respective weights of 11,4% and 8.12%.

On the other side, the exports to the CIS market registered a pozitiv evolution as a result of partial retaking of exports to the Russian Federation which encounted also the most significant growth of exported value as a result of increasing of export of pharmaceutical products (that are actually reexports) but on the other hand apples as well together with removal of the partial commercial restrictions.

After analyzing the evolution of the structure of exports by group of products, as a weight in the total exports, essential changes we can observe for two major categories of products : for beverages and tabacco which decreased from 30% in 2005 to 8% in 2018 and for machinery and transport equipment which have a positive evolution from 6% to 21.6% in 2018 comparing with 2005.

The main destination of products with the biggest share in total exports is the European Union and less for CIS countries. For machinery and transport equipment which have a weight of 14% in total export only 2.5% belong to CIS. The same is for the oil seeds and oleaginous fruits – 73.3% to the EU, 2.7% to CIS and so on. In the overall, the top 10 export sections and chapters according to the International Standard Trade Classification (ISTC), 8 positions belong to EU market as the main destination and the most exported products of the given section.

In this context we can conclude that the Republic of Moldova has a high comparative advantage with both EU and CIS countries for agricultural products. Being an agrarian country, it can reorient its investments to the improvement of the production of agricultural products of high quality to be enough competitive on the external market and to value its offered opportunities.

An example when the Republic of Moldova does not harness fully the possibilities it has , can be the analysis done by a group of experts concerning the valorization of imposed tariff quotas for the agricultural products exempted from import taxes. Considering the old and new commercial regime in the limits of DCFTA, a visible emphasis was put on the evolution of this kind of exports.

CONCLUSIONS

Seeing the overall picture of the external trade of the Republic of Moldova, mainly exports, we can say that the main commercial partners of the Republic of Moldova are EU countries with a weight of approximately 70% in the total external commerce.

The group of products with the biggest share in the country`s exports are: electrical machinery, vegetable and fruits, articles of apparel and clothing, oil seeds and oleaginous fruits, cereals and cereal products, beverages, exported mainly in the EU.

The Republic of Moldova has some products oriented to the EU market and others on the EEU market, so that it has to use the given opportunities on both the markets, but to get direction to that market which offers more possibilities to develop in order to attain the levels of high quality standards.

BIBLIOGRAPHICAL REFERENCES:

1. Biroul National de Statistica. Conturi nationale
<http://www.statistica.md/category.php?l=ro&idc=191> (accessed on 15.03.2019)
2. Biroul National de Statistica, Activitatea de comerț exterior al Republicii Moldova în anul 2018
<http://www.statistica.md/category.php?l=ro&idc=336&> (accessed on 15.03.2019)
3. Vadim GUMENE, Centrul analitic independent EXPERT GROUP, „Evolutia fluxurilor comerciale RM-UE dupa 2 ani de implementare ZLSAC”, 11 Aprilie 2017
https://www.expert-grup.org/media/k2/attachments/Evoluyia_fluxurilor_comerciale_RM-UE_dupl_2_ani_de_implementare_ZLSAC.pdf (accessed on 15.03.2019)
4. Ministerul Economiei si Infrastructurii , Avantajele Zonei de Liber Schimb Aprofundat si Cuprinzator UE-Moldova vs Uniunea Vamală (Rusia – Kazahstan - Belarus)
https://mei.gov.md/sites/default/files/13-09-15_dcfta_advantages_vs_customs_union_moldova_final_ro.pdf (accessed: 16.03.2019)
5. WORLD BANK OPEN DATA <https://data.worldbank.org/> (accessed on 23.03.2019)
6. UNCTAD, Handbook of statistics 2018 <https://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx> (accessed: 23.03.2019)

7. INTRACEN, International Trade in goods – Exports 2001- 2018
<http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/statistics-export-product-country/> (accessed on 24.03.2019)
8. TRADE MAP, Indicators on export performance
<https://www.trademap.org/Index.aspx> (accessed on 24.03.2019)

EUROPEAN ECONOMIC INTEGRATION AND ITS IMPACT ON FOREIGN TRADE OF THE WESTERN BALKANS

Authors: POPOVICI ALEXANDRA, III year student,
Speciality: World Economy and International Economic Relations

Scientific adviser:
Assoc. Prof., PhD., LARISA DODU-GUGEA
Academy of Economic Studies of Moldova (ASEM)
Republic of Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Badoni 61

Abstract. *This paper examines challenges of the Western Balkans Enlargement. The European Commission has set a target date of 2025 for Western Balkan EU accession, while also outlining a broader new strategy which includes Brussels taking a more active role in solving political disputes in the region, and upgrading infrastructure as part of the Berlin Process. Countries show visible moves in economic underdevelopment in the region is closely tied to political fractures. In my opinion, aside from resolving political conflicts, improved governance in the region will also be necessary. In terms of meeting economic accession criteria, the region faces a host of challenges. The purpose of the investigation to analyse the influence of the European integration over international relations and trade of choosen countries. The research results indicate that the Republic of Moldova might find useful the experience of Balkan countries in such fields as the investments attraction, quality of institutions and infrastructure, in macroeconomic stability.*

Key words: *Western Balkans, Albania, Bosnia and Herzegovina, Kosovo, Montenegro, North Macedonia, Serbia, EU enlargement.*

The Western Balkan region is a key part of Eastern Europe. It comprises a group of countries at different stages of accession to the European Union. All countries of the Western Balkans have a European perspective, which was first recognized during the Feira European Council in 2000. It was further confirmed by the Thessaloniki European Council in 2003 and more recently by the Sofia European Council in May 2018. This European perspective is integrated into the Stabilization and Association Process, which is the EU's policy in relation to the countries of the Western Balkans. Under this process, all Western Balkans countries have a common future as EU Member States. In the Western Balkans, seven countries are considered: Republic of Albania, Bosnia and Herzegovina, Republic of Croatia, Republic of Kosovo, the Republic of North Macedonia, Montenegro and Republic of Serbia. With the exception of Croatia, which is already a member of the EU, all these countries have the fundamental objective of European integration.

In order to further develop regional trade and to offer new opportunities for economic operators, a system of diagonal cumulation of origin has been set up between the European Union, the Western Balkans participating to the Stabilization and Association Process. This system allows a participating partner to use materials originating in other partner(s) of the zone under advantageous conditions in the manufacture of final goods, which are exported to the European Union and the Western Balkans or Turkey. Products originating in the Western Balkan countries benefit since 2000 from autonomous trade measures, allowing (with a few exceptions) for their free entry into the EU without customs duties or quantitative restrictions. In most cases, the autonomous trade measures have been superseded by the stabilisation and association agreements, which provide for the establishment of free trade on a contractual basis.

Some actions recommendations were elaborated in order to increase countries competitiveness on the European Arena.

- Primary to increase integration between countries in order to multiply the region's FDI inflows and help overcome disadvantages associated with the small size of individual country markets.
- Secondly, to develop human capital as a centerpiece of country strategies in the Western Balkans—to improve productivity and thereby reduce the handicap of relatively high wages, to help overcome the predominance of low skill content in exports and to attract Foreign Direct Investments.
- Additionally, to reduce telecommunication costs, which would improve competitiveness, offset disadvantages associated with small individual markets, and facilitate regional integration.
- Finally, to avoid possible energy shortages, the emergence of which can negatively affect the volume and pattern of investment.

After Kosovo was declared independent, Serbia took every measure possible to impede Kosovo, but it never shut down the borders. A trade blockade would negatively affect Serbia's economy much more than

Kosovo's. Exports from Serbia to Kosovo have increased year by year, reaching a value of 449 million euros in 2017. Serbian goods now constitute 14.8 per cent of all Kosovo imports. Instead of stopping Serbia's exports to Kosovo, it blocked Kosovo's exports to Serbia in December 2008. Along with Bosnia and Herzegovina, Serbia forbade the usage of its territory for the export of Kosovo goods to the EU market. imported from Serbia.

Enlargement policy continues to deliver results and reforms are moving forward in most countries, albeit at different speeds. Given the complex nature of the necessary reforms, it is a long-term process and structural shortcomings persist, notably in the key areas of rule of law and the economy. In order to meet the EU membership criteria and in their own interest, the Western Balkans need to implement comprehensive reforms in crucial areas. The rule of law, fundamental rights and governance must be strengthened significantly. Judicial reforms, the fight against corruption and organized crime, and public administration reform need to deliver real results and the functioning of democratic institutions need to be seriously enhanced. Economic reforms must be pursued with vigor so that structural weaknesses, low competitiveness and high unemployment rates are addressed.

To sum up, the results of the analyses demonstrate that there is a significant association between economic indicators and both support for European integration and European identity. Evidently, all countries must unequivocally commit, in both word and deed, to overcome the legacy of the past, by achieving reconciliation and solving open issues, in particular border disputes, well before accession to the European Union. There needs to be a comprehensive, legally-binding normalization agreement between Serbia and Kosovo so that they can advance on their respective European paths.

SOURCES:

1. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28316/117236-REVISED-x-WB-Regional-Economic-Integration-Issues-Notes-5-July-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. <https://prishtinainsight.com/the-history-of-the-kosovo-serbia-trade-war/>
3. https://www.ecfr.eu/publications/summary/luck_like_the_irish_how_emigration_can_be_good_for_the_western_balkans
4. https://www.reddit.com/r/europe/comments/b3pu2t/major_western_balkans_trade_partners_2017

LE RÔLE DES INVESTISSEMENTS DIRECTS ÉTRANGERS DANS LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE DE LA RÉPUBLIQUE DE MOLDOVA

ROLUL INVESTIȚIILOR STRĂINE DIRECTE ASUPRA CREȘTERII ECONOMICE A REPUBLICII MOLDOVA

VLAS DORINA, *studentă, an. II, EMREI-171,*
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, str. Mtr. Gavriil Bănulescu-Bodoni 59
e-mail: ulasdorina1998@gmail.com

Conducător științific: conf.univer., dr. Larisa DODU-GUGEA
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, str. Mtr. Gavriil Bănulescu-Bodoni 59
e-mail: dodu_gugea@yahoo.com

Résumé. *Les investissements étrangers directs - moteur de la multinationalisation des entreprises dans plusieurs pays. L'investissement international ou encore l'investissement direct étranger occupe de nos jours une place de choix dans les différentes formes d'exploitation du capital. Les motivations principales sont: la réduction des coûts, exploitation à distance de ressources naturelles coûteuses, d'exploitation d'une main-d'œuvre moins onéreuse. D'autre part, la conquête de nouveaux marchés, difficiles à pénétrer par les seules exportations. Pour notre pays les investissements étrangers directs constituent l'un des principaux indicateurs de l'attractivité économique. Elles stimulent la croissance de l'emploi, la productivité du travail.*

Les mots-clés: investissements étrangers directs; relations financières; export; main d'œuvre; le salaire.

La classification JEL: F21

Fluxurile internaționale de capital înregistrează o creștere semnificativă odată cu intensificarea procesului de transnaționalizare. În acest context, se înregistrează și o creștere a ponderii țărilor în curs de dezvoltare în fluxurile de capital. O componentă a acestuia ar fi și investițiile străine directe. Conform explicațiilor oferite de P.Masse, ISD-urile reprezintă fluxurile internaționale care cuprind un pachet industrial format din capital, tehnologii, metode de gestiune, expertiză managerială, cunoștințe, realizate de investitori străini în economia altor țări, ce constau în stabilirea relațiilor de durată, gestiune și control efectiv asupra întreprinderii în scopul obținerii unui profit^[1].

Cu o istorie de aproape trei decenii, Republica Moldova ar fi considerată una din cele mai „tinere” state din Europa. Iar un pilon important ce stă la baza dezvoltării economice a țării noastre este abundența capitalului. Sursele publice de investiții sunt frecvent limitate de diferite interese naționale care tind să capete prioritate. În lipsa investițiilor, economia pierde. Dacă resursele publice sunt limitate, atunci trebuie încurajată finanțarea privată. Investițiile străine directe (ISD) sunt o sursă sănătoasă pe care se poate baza creșterea economică, inclusiv în perioadele în care stabilitatea economică este în pericol și creșterea este sub presiune, deoarece:

- ISD furnizează capitalul necesar dezvoltării unei economii;
- ISD creează noi locuri de muncă nu numai în compania în care investesc, ci stimulează și dezvoltarea celorlalte firme;
- ISD nu sunt numai un flux de capital, ci și de tehnologie, cunoștințe, practici organizatorice, care stimulează și generează creșterea economică.
- ISD sunt definite tocmai prin interesul durabil al investitorului în compania în care investește. Prin urmare, un investitor care a pus bazele unei noi companii nu va renunța atât de ușor la investiția sa, chiar și în perioade economice turbulente^[2].

Pe de o parte, acestea reprezintă tendințe durabile și pentru Republica Moldova. UE rămâne a fi cel mai mare investitor străin, care acoperă 61% din stocul total ^[3]. Forța de muncă ieftină ar fi magnetul care mai atrage investitorii străini în Republica Moldova. Pentru companiile cu capital străin lucrează peste 76.000 dintre moldoveni. 25% din Produsul Intern Brut al Moldovei se datorează

anume lor. Astfel, 15% din totalul forței de muncă, în special în industria prelucrătoare și informații/comunicații au fost înregistrate anume în companiile cu capital străin. E necesar de a se evidenția și faptul că însăși productivitatea este mult mai înaltă, cu 71% mai mult decât în companiile naționale, salariile fiind mult mai mari ^[4]. Pentru Republica

Moldova, companiile cu investiții străine directe sunt o sursă importantă a venitului de stat, aduc 34% din impozitul pe venit^[5]. Străinii preferă să-și investească resursele financiare în domeniul energetic, IT și industria prelucrătoare precum sunt textilele și fabricarea cablajelor auto. Domeniul IT ocupă 46%, iar cel al industriei prelucrătoare – 41% din totalul investițiilor străine. Cele mai mari investiții sunt la Moldovagaz și Gaz Natural Fenosa. Mai puțin atractiv pentru investitori este sectorul financiar care constituie 18%. Cel mai subfinanțat domeniu este agricultura, care constituie doar 1% din totalul investițiilor străine directe, deoarece necesită cele mai mari cheltuieli, dar și din cauza că străinii nu sunt în drept să cumpere pământ în țara noastră. Liderul Echipii Economice Germane, Ricardo Giucci, susține că în domeniul agricol este nevoie de foarte multe resurse, precum pesticide, semințe, material de plantat etc., iar conform unor cercetări, toate aceste resurse sunt foarte scumpe în Republica Moldova^[6]. Mari sunt și taxele vamale în cazul aducerii materialului săditor. Localitățile din mediul rural nu sunt deloc interesante pentru investitorii străini, din cauza infrastructurii foarte slab dezvoltate. După ce Expert-Grup a analizat sectoarele cu investiții străine directe, experții economici au înțeles că investitorii aleg să deschidă întreprinderi care au nevoie de multă forță de muncă. Iar la noi în țară acestea sunt companiile care confecționează îmbrăcăminte, încălțăminte, dar și cele care fac conserve și băuturi alcoolice^[4].

Analizând toate aceste date, se ajunge la concluzia că Investițiile Străine Directe asigură o dezvoltare durabilă și o economie circulară.

Referințele bibliografice

1. Manual “Economie mondială și integrare Europeană”, coordonatori: Boris Chistruga, Natalia Lobanov, Chișinău 2016. Cap 5, pag. 84-102
2. Ghid de promovare a investițiilor și exporturilor pentru misiunile diplomatice și oficiile consulare. 2018, disponibil pe: <http://www.mfa.gov.md/img/docs/ghidul-atasatului-economic-2018-ro.pdf>
1. UNCTAD, disponibil pe: <https://unctad.org>
2. Exprt Grup, disponibil pe: www.expert-grup.org
3. Date culese din rapoartele disponibile pe: <http://www.statistica.md>
4. moldNova, disponibil pe: <http://moldnova.eu/ro/de-ce-vin-investitorii-straini-moldova-24629.html>

THE ROLE OF MODERN SCIENCE AND TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE WORLD AND NATIONAL ECONOMY IN THE POST-INDUSTRIAL SOCIETY

ROLUL ȘTIINȚEI ȘI TEHNOLOGIILOR MODERNE ÎN DEZVOLTAREA ECONOMIEI MONDIALE ȘI NAȚIONALE ÎN SOCIETATEA POSTINDUSTRIALĂ

Conducător științific: MARINA POPA, dr., lect. univ., ASEM
e-mail: popa.marina.vasile@ase.md

Autor/student: DIDENCO DANIELA, EMREI 171, ASEM
e-mail: danieladid3@gmail.com

Abstract. *The main purpose of this research it's to analyze: what would be the most important task of the development of science, how artificial intelligence affects our lives, what we have to do to compete internationally, what are the predictions for our country, namely measure the predictions and problems outlined above affect the Republic of Moldova, what pluses and minuses do they have, what dangers humanity can face, build a digital economy and whether Moldova has a chance to occupy an honorable place in this new world.*

Keywords: *economy, development, innovation, social, knowledge-based economy*

JEL CLASSIFICATION: O2; O3

INTRODUCERE:

Importanța acestei lucrări este de a descrie și de a determina rolul științei și tehnologiilor moderne în dezvoltarea economiei mondiale și naționale în societatea postindustrială.

Obiectivele propuse sunt de a determina care este rolul tehnologiilor moderne, cum ne influențează acestea, care sunt atuurile și riscurile lor.

CONȚINUTUL DE BAZĂ:

Influența tehnologiilor digitale se face simțită și la nivel global, și la cel local. Pe de o parte, economia digitală este o parte a economiei globale tradiționale, care se dezvoltă rapid. Pe de altă parte, noile tehnologii impun transformări în anumite aspecte ale activității entităților economice stabilite, care, în fond, se manifestă prin înlocuirea mecanismelor analogice ale muncii, indiferent dacă este vorba despre mijloace de comunicare sau mașini industriale, cu cele digitale sau care dispun de elemente digitale, precum și prin modernizarea ulterioară, de exemplu, a software-ului existent. Totuși pentru a aborda mai ușor problema dată, trebuiau analizați anumiți indicatori specifici de performanță al inovațiilor, cercetare-dezvoltare, etc

Tabell.1 indicatorii principali de performanță (2016-2020)

Indicatorul	Sursa primară de informare	Valoarea inițială	Ținta intermediară 2016	Ținta finală 2020
Cheltuieli pentru cercetare-dezvoltare, % PIB	UNESCO Institute for Statistics; World Bank „World Development Indicators”	0,5	0,6	0,8
Cheltuieli publice pentru cercetare, % PIB	Ministerul Finanțelor	0,2	0,45	0,5
Calitatea instituțiilor de cercetare	World Economic Forum	27,8	30-35	Mai mare de 40

Sursa: Elaborat de autor în baza: http://particip.gov.md/public/documente/130/ro_720_Strategia-inovationala-a-Republicii-Moldova-pentru-perioada-2013-2020-final-1.doc

Totuși, în mare parte, implementarea noilor tehnologii se datorează exodului de intelecte. În acest sens, statele dezvoltate manifestă un interes sporit introducerii de succes a ceva nou, prin combinarea cunoștințelor relevante în materie de noi produse, procese sau servicii. Exodul de intelecte din Republica Moldova corelează strâns cu emigrarea forței de muncă, ce constituie o proporție considerabilă a populației active, determină agravarea situației pe piața internă a forței de muncă.

Drept rezultat final al acestor cercetări, putem spune că, sarcina cea mai importantă a dezvoltării științei și tehnologiei ar fi utilizarea eficientă a fondurilor alocate pentru acestea, aplicarea metodei proiectelor pentru finanțarea științei, introducerea sistemului de monitorizare a rezultatelor planificate. În acest caz, ar trebui să fie luat în considerație faptul, că obiectivul principal, nu mai puțin important decât știința în sine, este crearea sistemului științific de formulare a obiectivelor științifice.

De trasarea corectă a obiectivelor depinde în mare parte la etapa actuală, eficacitatea rezultatului. Iar formularea obiectivelor trebuie să fie făcută în afara instituțiilor științifice, pentru care este oportun să se formeze o subdiviziune specială în componența Guvernului. Trebuie să crească rolul științei, ca fundament la luarea deciziilor de perspectivă, dar și la stabilirea strategiilor politice corecte pentru dezvoltarea stabilă a țării.

Statul trebuie să contribuie la dezvoltarea științelor fundamentale și aplicate, științelor naturii și tehnologice, în primul rând, în domeniile în care Moldova are posibilitatea să concureze cu succes cu realizările din străinătate. În domeniul științelor umanitare și sociale, va contribui la progresul de cunoaștere, cercetare și organizare a cooperării intelectuale, impulsând astfel transformările

sociale, bazate pe respectarea idealurilor dreptății, libertății și demnității umane. Totodată, disponibilitățile oamenilor de știință, inginerilor, cercetătorilor și tehnicienilor ar trebui să crească, și trebuie susținuți și promovați, de asemenea de către stat pentru a evolua în domeniul dat.

CONCLUZII:

În teorie, inteligența artificială este dezvoltată pentru a ne face viața mai ușoară și pentru a economisi timp. Noutățile tehnice, au avut un impact major și în societate. S-a produs o standardizare a existenței cotidiene, omul trăind într-un mediu înconjurător inteligent, în adevărate case electronice, unde consumul energetic și aparatele casnice sunt asitate de calculator.

Între timp, putem beneficia de utilizările iteligentei artificiale pentru a personaliza căutările Google, a preveni fraudele bancare, a trimite cecuri, a conduce un avion sau o mașină. Totuși în asemenea condiții, cel mai important factor de producție devine resursa umană, deoarece succesul competitivității constă în capacitatea membrilor societății de a produce cunoaștere și a o utiliza în mod eficient.

Potrivit prognozelor unor experți, Moldova are șansa să ocupe un loc onorabil în lumea digitală. Ei apreciază pozitiv perspectivele noastre, consideră că țara este bine dotată cu internet de mare viteză și dispune de un număr nu foarte mare de specialiști competitivi, care acum, ce-i drept, muncesc pentru companii internaționale, dar care vor putea utiliza aici, acasă, experiența căpătată, în clipa în care țara va dispune de platforme pentru utilizarea celor mai avansate tehnologii.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. <https://mei.gov.md/sites/default/files/document/proba16.pdf>
2. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ro/pdf/2018/Research-innovation-RO-2018-web.pdf>
3. <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&id=5882&idc=168>

REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE NETS OF THE VICIOUS CIRCLE REPUBLICA MOLDOVA ÎN MREJELE CERCULUI VICIOS

Conducător științific: POPA MARINA, dr., lect. univ., ASEM
e-mail: popa.marina.vasile@ase.md

Autori: DONI CRISTINA, STEPAN SERGIU, ASEM
e-mail autori: c.doni.dc@gmail.com
sergiu_stepan@mail.ru

Abstract. *We have done a research about the vicious circle of the Republic of Moldova. The purpose of our research was to look at the vicious circle in which we find ourselves, the causes, the opinion of the population, finding solutions to get out of this circle, and enter the virtuous circle. Moldova faces a rapid migration process. This is because of low salary and political status. People going abroad send remittances in the country, they are directed to consumption and do not invest in a business. So, they create a closed chain where they work just to consume.*

Key words: vicious circle, virtuous circle, remittances, emigration, consumption, investments.

JEL CLASSIFICATION: J11

INTRODUCERE. Am făcut această cercetare statistică cu scopul de a descoperi în ce situație se află Republica Moldova la momentul actual. Cu ajutorul site-ului Google formulesc am elaborat un chestionar unde am adresat diferite întrebări în legătură cu problema dată și pe care l-am trimis diferitor categorii de persoane cu vârste diferite, astfel am dedus etapele cercului vicios și cauzele care l-au provocat. După analiza tuturor datelor pe care le aveam, am creat propriul cerc virtuos care dorim să-l implementăm în Republica Moldova, cerc care ar face ca țara noastră să-și dezvolte economia și să devină competitivă pe piața internațională.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Cu ajutorul surselor mass-media și a unui chestionar elaborat de către noi am realizat o cercetare științifică ca să explicăm cercul vicios în care se află R. Moldova la moment. Am dedus că problema principală cu care se confruntă țara este lipsa locurilor de muncă cu un salariu decent, factor care provoacă emigrarea populației. Emigranții câștigă bani în străinătate și trimit remitențe sau revin în țară, iar banii îi direcționează doar în consum.

La rândul său consumul provoacă o creștere a cererii în timp ce capacitatea statului de a răspunde cererii este limitată, fiind nevoită să apeleze la import masiv de bunuri și servicii, creând un deficit comercial. Persoanele revenite odată ce cheltuiesc toți banii, preferă să plece din nou peste hotare la un loc de muncă mai bine plătit în raport cu salariile din Republica Moldova.

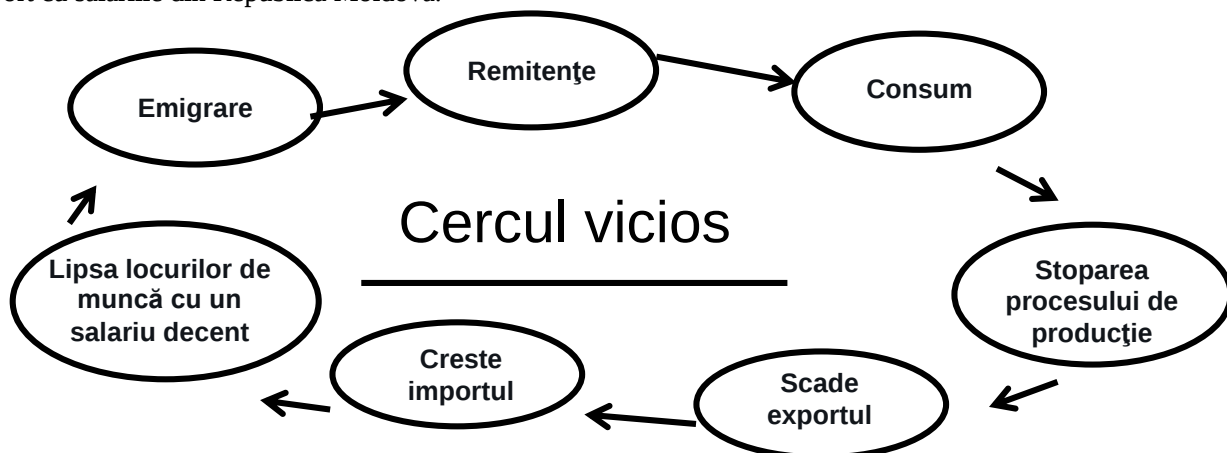


Figura 1: Cercul vicios al Republicii Moldova.

Sursa: Elaborat de către autor.

Din rezultatele chestionarului am dedus un plan care, după părerea noastră, ar putea provoca trecerea Moldovei din cercul vicios în cercul virtuos.

Din cele 100 persoane care au completat chestionarul doar 19 au răspuns că doresc să deschidă o afacere în Moldova și doar o persoană din 36 de beneficiari de remitențe, a zis că dorește să investească într-o afacere.

Propunerea noastră este să sporim investițiile, ceea ce înseamnă deschiderea unor noi firme, cercetare, reînnoire tehnologică. Acest lucru va duce la creșterea numărului locurilor de muncă, deci o cerere mai mare față de forța de muncă. Pentru a atrage persoane, se va recurge la mărirea salariilor. Un salariu mai mare presupune și cheltuieli mai mari din partea menajelor, deci o cerere mai mare față de produse și servicii. Datorită faptului că vom avea deschise mai multe firme, vom avea cum să răspundem cererii. Extinderea și diversificarea produselor duce la o creștere economică și în același timp la un nivel înalt de competitivitate. Fiecare întreprindere va dori să-și mărească vânzările de aceea vor scădea prețurile, produsele autohtone vor fi preferate celor importate, va scădea importul, va crește exportul. Astfel, avem o investiție eficientă, fapt ce va duce la noi investiții.

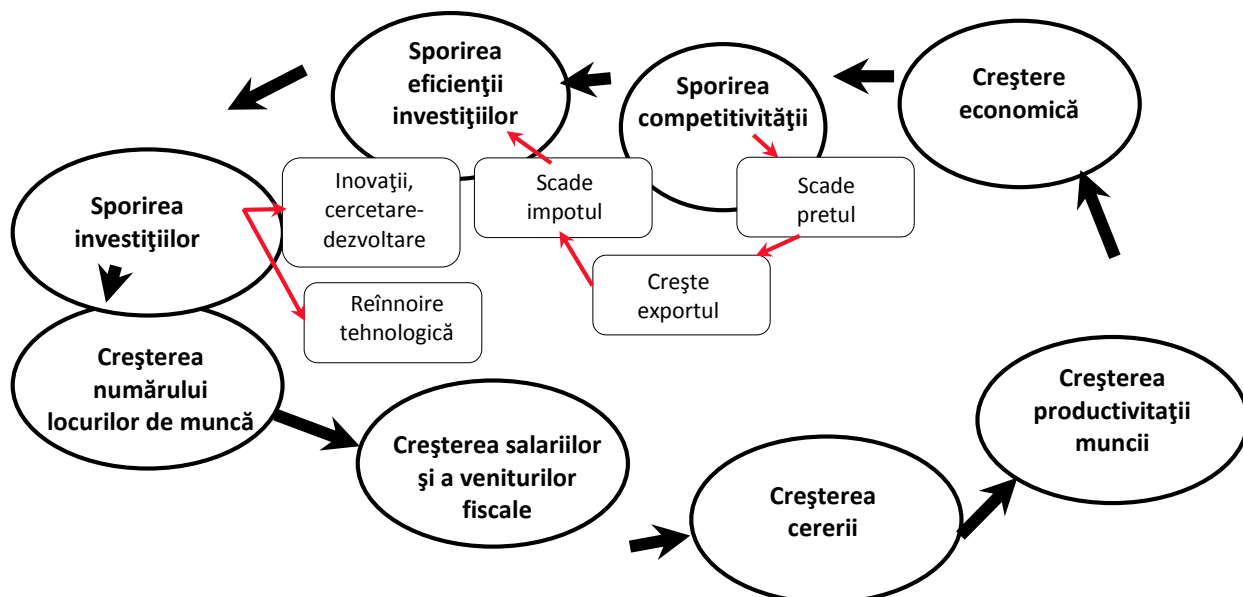


Figura 2: Cercul virtuos (*Sursa: Elaborat de către autor*)

CONCLUZII/RECOMANDĂRI.

1. Republica Moldova se află într-o situație dificilă - un cerc vicios cu multe probleme macroeconomice care nu sunt într-atât de ușor de rezolvat.

2. Problema principală este lipsa locurilor de muncă cu un salariu decent, care ulterior provoacă în lanț celelalte probleme.
3. Unica soluție este implementarea uni cerc virtuos pe care țara va trebui să-l respecte și să-l urmeze pentru a deveni un stat puternic și competitiv din punct de vedere economic.
4. Cercul vicios constă în sporirea investițiilor în țară, cu ajutorul capitalului național cât și capitalul străin.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. <http://www.md.undp.org/content/moldova/ro/home/blog/2018/why-are-young-people-in-moldova-struggling-with-unemployment.html>
2. <http://dubasari.md/news/migraia-i-consecinele-sale-asupra-arii-i-familiilor-din-republica-moldova-177534>
3. <https://crimemoldova.com/news/history-of-Independence/unde-i-de-ce-migreaz-moldovenii/>
4. <http://www.ceccarbusinessmagazine.ro/cercul-virtuos-vs-cercul-vicios-a3687/>

BREXIT: UNCIVIL WAR.

БРЕКЗИТ: НЕЦИВИЛИЗОВАННАЯ ВОЙНА.

Crudu Rodica

ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău,
str. Bănulescu Bodoni e-mail: crudu.rodica@ase.md

Artiom Savastin

ASEM, Republica Moldova, or. Chișinău,
str. Bănulescu-Bodoni e-mail: artemsava98@gmail.com

Abstract. *As the nationalism is on its rise there appear new and new threats to the European Union and its sovereignty and unity. In 2016 the results of the historical Referendum have shocked the whole world having proved that the outcomes of this rise are already here. However, hearing about Brexit every day from every single media channel people still struggle to find answers to some simple questions: why it happened, how it happened, what will be after the Brexit? This research paper has focused on these 3 questions trying to give as concrete answers as only possible when the talk is about the Brexit.*

Key words: *Brexit, Democracy, Deal, No Deal, "Refugee Crisis", Vote.*

Introduction: The process of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland leaving the EU has become one of the biggest threats of Western European countries. The talks concerning the beginning of this process were in the air in 2013, when the UK's general public was discussing its possible reasons and outcomes. Later this year, the UK's parliament voted in favor of having a national referendum. European citizens, member of the European Parliament, and heads of state did not pay much attention to this event, as they assumed the UK would never decide to leave the EU. Moreover, most of the research conducted in order to clarify the possible outcome of this referendum was predicted as the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland remaining inside the European Union.

Main Part: Nationalist movements all over the EU flooded the celebration of their victory in this "war" and claimed that the day of the referendum was the day when the UK returned back to its identity and the day that people took back control of their own country. The agreement itself was presented to the public on November 14, 2018, and raised many questions and awareness both on the streets of British cities and villages and inside the House of Commons (British Parliament). The controversial clause was the Irish Backstop.

The Irish Backstop is effectively an insurance policy in UK-EU Brexit negotiations. It's meant to make sure that the Irish border remains open as it is today whatever the outcome of the UK and the EU's future relationship negotiations. It would keep the UK very closely linked to EU customs rules, with some regulatory differences between Northern Ireland and the rest of the UK. The Backstop cannot come in power before the transition period ends, meaning before the end of 2020. However, the main concerns about this insurance policy is that the UK can be forced to leave in the EU custom

union against its will as the terms of this policy are not specified and should be agreed on unanimously by both the EU and the UK.

The policy at the first onset has been criticized as much as the whole withdrawal agreement. The date for the debates on this topic as well as voting upon the agreement itself was postponed several times until January 15, 2019. During this session, the opposition in face of the Labor party raised many questions regarding the Irish backstop and several times seemed to doubt the aptitude as the Prime Minister and the person who needs to deliver Brexit. The sum of all these factors led to Prime Minister Theresa May's Brexit deal rejection by 230 votes which was the largest defeat for a sitting government in history. Even though the "No Deal" Brexit outcome still has lots of supporters both inside the EU and the UK, this scenario has been discussed, debated, and rejected mainly because of the uncertainty it comes along with. In the following section, possible outcomes of Deal and No Deal Brexit for the UK and the EU will be highlighted.

The whole process of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland leaving the European Union has been postponed several times primarily due to two reasons. Firstly, the unwillingness of the House of Commons to agree on a preferable solution which satisfies the majority. And secondly, the inability of the members of British parliament to find a consensus and compromise being able to deliver what their constituencies had voted for. It's also important to note that the European Union has agreed to postpone Article 50, which is the article the UK triggered in order to leave the EU legally until October 31st. This amount of time should be enough for renegotiating either some parts of the withdrawal agreement or for the UK to agree on new trade agreements based on WTO rules with their main trade partners. Regardless of the decision, the British government would have to make it clear that the upcoming European Parliamentary elections will be held with the participation of the British people. Having anti-European and Eurosceptics as members of the European Parliament may cause many troubles for the EU itself. As was previously mentioned, in the latest surveys, there is a probable chance that far-right-wing and nationalist parties will take more seats in the European Parliament than they usually do. Having the support of the British colleagues will ease the process of getting a majority in order to pass the law.

Conclusion: In the case that the withdrawal agreement is canceled through the House of Commons, British people will have a transition period until 2020, when they will be able to stabilize the market and renegotiate another trade agreement with the EU which will allow them to avoid the shortage of the products on their market and increase of the prices. Moreover, the EU has 40 trade agreements with non-EU states from which the UK benefits as well. Furthermore, this scenario will allow businesses to get ready for the new taxation and financing laws and prepare for the end of the transition period.

On the other hand, in the case that a consensus and compromise between the UK and the EU will not be found by October 31st and no other extension will be provided, Britain will have to leave without any deal. In this scenario, a shortage of the agricultural goods and products of the first necessity is to be expected. Moreover, some businesses have already started to allocate their assets to countries within the EU, mainly because they are afraid of the uncertainty Brexit gives them. The primary question here lies within the issue that, unknowing of the taxes, these entities will need to pay the job positions for their employees many of which are EU member states' citizens. Even though the UK has already started to renegotiate these 40 trade agreements, the EU elongated the process and not many states are willing to cooperate without having a clear view on the future of the UK. However, it can be a possibility for the Republic of Moldova to strengthen their bonds with the British people as the UK being the 5th largest country that Moldova exports to. Negotiating and establishing a trade agreement which will allow Moldovans to increase their share on their market would be beneficial for both sides. Moldova, being an agricultural state, can successfully step in and replace the loss of goods in the case of a "No Deal" scenario, when the UK may lose its primary supplier of agricultural products.

Sources:

http://ec.europa.eu/budget/graphs/revenue_expenditure.html
www.statista.com

THE ROLE OF TRADE RESTRICTION AND TRADE BARRIERS IN THE CONTEMPORARY WORLD ECONOMY

Scientific advisor: Șişcan Zorina Prof.univ. Dr.Hab
Institution: Academy of Economic Studies of Moldova
Adress: Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61, Chișinău 2005
Email: zorina_2005@yahoo.com

Author: Hîrbu Ana
Group: BA-184
Institution: Academy of Economic Studies of Moldova
Adress: Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61, Chișinău 2005
Email: harbuana22@gmail.com

Abstract. *Prezenta lucrare urmărește aprecierea rolului politicilor comerciale promovate de diverse state cu economie dezvoltată sau în curs de dezvoltare. Politica comercială reprezintă o parte componentă a politicii economice a unui stat care vizează sfera relațiilor economice externe ale acestuia. Ca și politica economică, ea este un atribut al suveranității oricărui stat independent. Într-un sens mai larg, prin politica comercială se înțelege totalitatea reglementărilor adoptate de către stat în scopul promovării sau al restrângerii schimburilor comerciale externe și al protejării economiei naționale de concurența străină.*

Relațiile economice externe sunt un factor important al creșterii economice, principalul obiectiv pe termen lung pe care statele îl urmăresc cu ajutorul instrumentelor și măsurilor de politică comercială este stimularea dezvoltării economiei naționale și adăpostirea industriilor infantile de concurența străină.

Totodată lucrarea indică diferențele dintre barierele tarifare și netarifare, căror economii le sunt specifice acestea și caracteristicile esențiale ale reglementărilor comerciale.

Keywords: Trade Barriers, Trade Restrictions, Tariff Barriers, Non-tariff Barriers, International Trade, Trade.

JEL CLASSIFICATION: F13; F16.

INTRODUCTION

“For the only way in which a durable peace can be created is by world-wide restoration of economic activity and international trade.” – James Forrestal

Nowadays international trade is playing an increasing role in the world economy. In the contemporary world, international trade and business laws relate to trade in goods and services between countries, trade and international property rights, cross border trade facilitation and customs harmonization, dispute resolution, risk management, investment, etc.

The purpose of this paper is to assess the importance of trade restrictions and trade barriers in international trade and to explain reasons why governments are ready to implement trade barriers. At the same time this paper shows examples of different kinds of trade restrictions and barriers.

The paper takes into account the effects of tariff and non-tariff barriers in the short run and in the long term and aims to contribute to a better understanding of the reasons why the role tariffs play in international trade has declined in modern times, and why do industrialized countries have moved from tariffs to non-tariff barriers.

Trade Restrictions and Trade Barriers

The trade restriction is defined as any government policy that limits the free flow of goods and services across borders. The main goal of trade restrictions is to protect domestic industries from cheap imports from other countries. Somehow, by limiting the quantity of imports or raising the price of imports, domestic producers can hang onto market share they would otherwise lose. That helps protect corporate profits and workers' jobs, at least in the short term. There are different types of trade restrictions, such as protectionist policies that help domestic firms and enterprises at the expense of other countries. (e.g. Import quotas; local content requirements; public procurement practices; anti-dumping laws), assistance policies that help domestic firms and enterprises, but not at the expense of other countries (e.g. Domestic subsidies; industry bailouts) and non-protectionist policies like sanitary standards or safety regulations, which are

intended to protect consumers from potentially hazardous products. South Korea, for example, banned the importation of beef from the United States from 2003 to 2008 due to concerns about mad-cow disease.

Countries sometimes set up trade barriers to restrict trade because they want to produce and sell their own goods. Trade Barriers are laws that restrict the movement of goods across national borders and there are a lot of reasons why governments are for trade barriers.¹ There are four types of trade barriers that can be implemented by countries. They are Voluntary Export Restraints, Regulatory Barriers, Anti-Dumping Duties, and Subsidies. Further, there are a lot of reasons why governments are for trade barriers. First of all, governments implement trade barriers to protect infant industries², because countries want to give newly developing industries time to grow and become competitive. This is a reasonable argument for imposing trade barriers.

1 Management across Cultures: Challenges and Strategies by Richard M. Steers, University of Oregon, Luciana Nardon, Carleton University, Ottawa, Carlos J. Sanchez-Runde, IESE Business School, Barcelona

2 New industry in its early stages of development, and in need of protection from predatory competition through tariff and non-tariff barriers until it is established.

3 “Non-tariff measures (NTMs) are policy measures, other than ordinary customs tariffs, that can potentially have an economic effect on international trade in goods, changing quantities traded, or prices or both”. (UNCTAD, 2010)

Secondly, governments are for trade barriers because they want to protect domestic jobs from “cheap” labor abroad. For example, the U.S. has import tariffs on sugar, making imported sugar more expensive than domestically-grown sugar. Thus, people in the US are going to buy US-produced sugar, which keeps money in the wallets of US sugar producers and farmers.

Improving a trade deficit is also an argument to implement trade barriers, because trade barriers make imports more expensive, and as a result, they also decrease the demand for imports.

In some developing countries, to earn more revenue, governments implement tariff barriers and as a result, gain extra revenue from tariffs. Tariffs raise the price of the imported good and lower its consumption. A tariff is a tax put on goods and services imported from other countries.

However, the benefits of tariffs are uneven. The government will see increased revenue as imports enter the domestic market. One reason why domestic industries also benefit is because tariffs lead to a reduction in competition, since import prices are artificially inflated. Somehow, for both individual consumers and businesses - higher import prices mean higher prices for goods. In a way, tariffs and trade barriers tend to be more pro-producer and anti-consumer.

In modern times, developed countries have sources of income other than tariffs. They can afford not to depend on tariffs, at the same time developing non-tariff barriers as a possible way of international trade regulation. Also, non-tariff barriers can be used to support weak industries or compensation of industries, which have been affected negatively by the reduction of tariffs.

Non-tariff barriers is a way to restrict trade using trade barriers in a form other than a tariff. As part of their political or economic strategy, large developed countries frequently use non-tariff barriers to control the amount of trade they conduct with other countries. Non-tariff barriers have a common basis on the availability of goods and services and political alliances with trading countries. There are different types of non-tariff measures³ such as quotas, sanctions, import deposits, licenses, embargo, etc. For instance, administrative and bureaucratic delays at the border, which increase uncertainty and the cost of maintaining inventory (e.g. even though Turkey is in the European Customs Union, transport of Turkish goods to the European Union is subject to extensive administrative overheads that Turkey estimates cost it three billion Euros a year).

When it comes to the effect of tariffs and trade barriers on businesses, consumers and the government changes in different periods. In the short run, the consumption by individual consumers and by businesses is reduced by higher prices. During this period of time, some businesses will profit, and the government will see an increase in revenue from duties. Somehow, in the long term, these businesses may

see a decline in efficiency due to a lack of competition, and may also see a reduction in profits due to the emergence of substitutes for their products. However, for the government, the long-term effect of subsidies is an increase in the demand for public services, since increased prices, especially in foodstuffs, leave less disposable income.

In terms of modern trade, the role tariffs play in international trade has declined. One of the main reasons for the decline is the introduction of international organizations designed to improve free trade, such as the World Trade Organization. Trade barriers are being systematically reduced across much of the world through multilateral trade agreements (e.g., NAFTA, WTO)⁴. Such organizations make it more problematic for a country to levy tariffs and taxes on imported goods, and can reduce the likelihood of retaliatory taxes. Because of this, countries have shifted to non-tariff barriers, such as quotas and export restraints.

4 Management across Cultures: Challenges and Strategies by Richard M. Steers, Carlos J. Sanchez-Runde, Luciara Nardon, Cambridge University Press, 2010

CONCLUSION

All things considered, free trade benefits consumers through increased choice and reduced prices, but because the global economy brings with its uncertainty, many governments impose tariffs and other trade barriers to protect the industry. The usual goal of trade restrictions is to protect domestic industries from cheap imports from other countries, to help domestic firms and enterprises and to protect health and safety of people, animals and plants, or to preserve the environment.

The governments implement trade barriers to protect domestic jobs from “cheap” labor abroad, they want to improve a trade deficit, and to defend infant industries. They also want to safeguard the domestic market from “dumping” and aggressive trade practices of foreign producers.

Tariffs are often created to protect developing economies but are also used by more advanced economies with developed industries. Tariff Barriers tend to increase the inflationary pressures, special interests’ privileges, government control and political considerations in economic matters, but they also tend to weaken the Balance-of-payments positions, Supply-and-demand patterns and International relations.

Large developed countries frequently use non-tariff barriers to control the amount of trade they conduct with other countries. Developed countries can afford not to depend on tariffs. Non-tariff barriers can be used to support weak industries or compensation of industries, which have been affected negatively by the reduction of tariffs.

REFERENCES

1. Management across Cultures by Richard M. Steers, University of Oregon, Luciara Nardon, Carleton University, Ottawa, Carlos J. Sanchez-Runde, IESE Business School, Barcelona, Cambridge University Press, 2016, ISBN: 9781316584583;
2. An Introduction to International Economics: New Perspectives on the World ... by Kenneth A. Reinert Cambridge University Press, 2011, ISBN-13: 978-0521177108;
3. National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers – Ambassador Robert E. Lighthizer, Office of the United States Trade Representative, 2018
4. Foreign trade barriers and jobs in global supply chains – Stephen Kuhn, Christian Viegelahn; March 2017, International Labour Office, ISSN 2306-0875 (web pdf)
5. The added value of international trade and impact of trade barriers – Risto Nieminen, Laura Puccio; European Parliamentary Research Service; ISBN 978-92-846-1252-9
6. Hidden Protectionism: Non-tariff Barriers and Implications for International Trade – Dr.Erdal Yalcin; December 2017; ISBN: 978-3-95942-043-3

THE SECRETS BEHIND CHINA'S ECONOMIC GIGANTISM

SECRETELE DIN SPATELE GIGANTISMULUI ECONOMIC AL CHINEI

Conducător științific: MARINA POPA, dr., lect. univ., ASEM
e-mail: popa.marina.vasile@ase.md

AUTOR/STUDENT: PÎRLICI MAGDALENA, EMREI 171, ASEM
e-mail: magda.pirlici@gmail.com

Abstract. *The main purpose of this research it's to prove to the whole world that a really powerful country, that become the world's second largest economy with a GDP 12, 2 trillion \$, has a lot of problems and underdevelopment factors. Even in the last 30 years the China's GDP known a very remarkable growth, around 10%, those 1.386 billion peoples suffer from the governance system and miserable life conditions. This economic giant has much to evolve to become a developed country. We have researched the most serious problems with which this country is confronted. Problems like "ghost-towns" and uninhabited villages, miserable work conditions, death penalty and many other restrictions imposed by the Chinese Communist Party.*

Keywords: *economy, development, problems, social, health, poverty, well-being, imbalance*

JEL CLASSIFICATION: I1; I2; I3; O3

INTRODUCERE: Cercetarea efectuată are o importanță globală și are obiectivul de a demonstra paradoxul economic existent în China, fiind materializat printr-un dezechilibru economic abrupt, o inegalitate gravă între veniturile persoanelor, ceea ce duce ca aproximativ 1/3 din populație să moară de foame, într-o țară cu un PIB de 12,2 trilioane \$. [4]

A doua cea mai mare putere economică din lume, cel mai important actor în domeniul comerțului extern, avansați în tehnologii informaționale și economie spațială, un adevărat gigant economic încalcă vizibil Drepturile Omului și ascunde mii de probleme care evidențiază nivelul de subdezvoltare a acestei țări.

CONȚINUTUL DE BAZĂ: China este cea de-a doua cea mai mare economie din lume, în ceea ce privește PIB-ul nominal, în valoare de 12,24 trilioane de USD conform datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Populare Chineze.

Tabel 1.1 Evoluția Principalilor Indicatori macroeconomici ai Chinei (2005-2017)

Ani /Indici	2005	2010	2015	2017
PIB total, mln\$	2 285 960	6 100 648	11 064 687	12 237 782
PIB/ cap.loc.,mln\$	1 730	4 487	7 920	8682
Creșterea economică, %	11.39	10,64	6.90	6.86
Vol. Export mln\$	761 953	1 577 754	2 273 468	2 263 346
Vol. Import mln\$	659 953	1 396 247	1 679 566	1 843 792
Intrări ISD, mln\$	72 406.00	114 734.00	135 610.00	136 320.00
Ieșiri ISD, mln\$	12 261.17	68 811.31	145 667.15	124 630.00
IDU	0.594	0.706	0.738	0.752

Elaborat de autor în baza sursei: <https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/en-GB/156/index.html>

China este membru al OMC și din 2015 este cea mai mare putere comercială din lume, cu o valoare totală a comerțului internațional de 3,87 trilioane \$. Deține cele mai mari rezerve valutare din lume în valoare de 2,85 trilioane \$. Valoarea totală a exportului de 2,26 mln\$, iar valoarea totală a importului de 1,84 mln\$, conform UNCTAD.org. Chiar dacă aceste date confirmă faptul că țara are o situație macroeconomică înfloritoare, Indicele Dezvoltării Umane demonstrează că țara se confruntă cu un nivel de subdezvoltare a populației, ceea ce o face să se situeze pe locul 86 din totalul de 188 țări, cu mult în spatele SUA, conform United Nations Human Development Reports.

S-au cercetat cele mai acute probleme cu care se confruntă societatea chineză și ceea ce subliniază contrastul unei măreții economice și anume: orașele-fantomă, nivelul ridicat de sărăcie, condițiile inumane de muncă, pedeapsa cu moartea și restricțiile impuse de Partidul Comunist Chinez.

Chiar dacă China are 300 de mii de milionari are milioane de oameni care trăiesc sub pragul sărăciei. În cea mai populată țară din lume PIB pe cap de locuitor se situează la 6.767 de \$, echivalentul a 13% din cel înregistrat în SUA. [5]

Dezvoltarea accelerată a economiei chineze din ultimii ani a avut și o serie de consecințe nefaste. Țara a putut să construiască mult mai rapid decât a evoluat cererea, acest lucru dând naștere la aproximativ 50 de orașe-fantomă din China.

Localitățile "fantomă" din China sunt de două tipuri: fie orașe construite pe bandă rulantă de Guvernul de la Beijing care spera la migrarea masivă a oamenilor din mediul rural în cel urban, fie mici localități părăsite de locuitorii lor, plecați la muncă în centrele urbane.

China este o excepție, dacă ne referim la pedeapsa cu moartea. Aceasta nu recunoaște standardele legale internaționale și merge în contradicție cu solicitările ONU privind raportarea numărului real de oameni executați. Conform Amnesty International China clasifică cele mai multe informații referitoare la pedeapsa cu moartea ca fiind "secret de stat", iar orice informație poate fi clasificată ca fiind secretă, în conformitate cu legile Chinei.

Statul de asemenea deține controlul informației care ar putea pătrunde pe rețelele de socializare, de aceea accesul la Facebook sau WhatsApp este blocat și interzis, dar China are efectiv o lume a internetului la fel de performantă ca a noastră, doar că complet necunoscută nouă (WeChat, Baidu, QQ, Qzone)

CONCLUZII:

China a demonstrat succese remarcabile în domeniul economic pe parcursul ultimilor ani. A demonstrat ca prin o politica economica precisă și prin disciplina ieșirea din sărăcie este posibilă. Un lucru este cert, nivelul de trai al populației este unul foarte scăzut, chiar dacă indicii arată ca a cunoscut o creștere remarcabilă. Nu trebuie să neglijăm faptul că acest motor de producere continua, furnizor de bunuri, servicii și materii prime în întreaga lume utilizează munca fizică, oameni care muncesc încontinuu, copii exploatați în condiții de munca inumane.

Poate ca viitorul prevede o creștere a gradului de fericire o chinezilor, transformându-i astfel într-o societate dezvoltată economic, tehnologic și social.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. FARDON J. Secretele Chinei: Ascensiunea unei noi super puteri mondiale. Editura Litera, București, 2014
2. Congresul Chinei: favoritii. BBC News, 2017
3. XIAODONG Z. Understanding China's Growth: Past, Present and Future. Journal of Economic Perspectives. 2012
4. <https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/en-GB/156/index.html>
5. <https://ec.europa.eu/eurostat/publications/statistical-reports>

MIGRATION PROFILES OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND GEORGIA IN COMPARISON

ANALIZĂ COMPARATIVĂ A PROFILURILOR MIGRAȚIONALE ALE R. MOLDOVA ȘI GEORGIA

Nume conducător științific: Elina Benea-Popușoi, ASEM,
e-mail: elinabenea@gmail.com

Nume autor/student: Valeria Lembas, ASEM,
e-mail autor: lembas.valeria@gmail.com

Rezumat. Migrația afectează profund atât R. Moldova, cât și Georgia. Inițial persoanele emigrau din cauza sărăciei, actualmente pleacă din cauza instabilității politice și lipsei oportunităților de creștere. În măsură crescândă, emigranții preferă ca destinație statele UE, în defavoarea țărilor CSI. Se accentuează tendința de feminizare a migrației. Totodată, fluxurile migraționale din R. Moldova sunt mai intense decât cele din Georgia, inclusiv datorită aderării României la UE în a. 2007, precum și posibilității de a obține cetățenia română.

Cuvinte cheie: profil migrațional al țării, Republica Moldova, Georgia, spațiu post-sovietic, cetățenie, vize, perioadă de tranziție, nivel de trai, bunăstare, ocuparea populației, sărăcie, distorsiuni sociale, exod de intelect, feminizarea migrației, impactul migrației.

JEL CLASSIFICATION: F22, F24, F66, J61, P23, P36.

INTRODUCERE

Migration creates distortions in the societies of the countries involved. In terms of migration flows, R. Moldova and Georgia register similarities, but also divergences. The research aims at identifying the causes and impact of migration, to understand the changes taking place in the societies of both countries. Comparing R. Moldova with Georgia gives the possibility to show a wider perspective of migration in the post-soviet space.

In our research we have approached the migration profiles of the two countries, as a research instrument, that is prepared in consultation with a wide range of stakeholders, and which can be used to enhance policy coherence, evidence-based policymaking and the mainstreaming of migration into the development plans.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

The migration profiles of R. Moldova and Georgia were initially shaped by the collapse of the Soviet Union in y. 1991. As they entered the period of transition, the post-soviet countries faced serious difficulties, following changes in the political sphere and a dramatic drop in the indicators of economic performance. The economy and the living standards decreased to a point that during the first decade after independence 71% of Moldovans and 60% of Georgians were living below the national poverty line. Between years 1990 and 2000 the economic growth was negative: -7.5% in Georgia and -9% in Moldova [2]. Poverty, political instability, and corruption determined people to leave their homelands in search for a better life abroad. Throughout decades, motives for migration have changed. Nowadays, young people migrate mainly due to high unemployment rates, various problems in educational system and lack of opportunities to grow [1]. While aspiring to follow bachelor or masters' degrees in hosting countries, having already achieved a superior educational level in their home country, they still often accept working into semi-skilled or unskilled jobs. The brain drain is a severe consequence of the emigration.

According to the World Bank data from y. 2011, Moldovans mostly migrated to Russia, Ukraine, Italy and Romania, while Georgians migrated to countries such as Russia at the top, followed by Greece, Turkey, USA and Germany [2]. Certain reasons make people opt for temporary or permanent emigration, as well. Thus, Russia, Ukraine and other former soviet countries represent popular destinations for temporary emigration. Typically, the migrant profile of the person working

abroad for a short time-period can be described as a poor person, with a secondary level of education, striving to survive together with family. Simultaneously, many people migrating to the European Union, particularly the Moldovans with Romanian citizenship, are involved in permanent migration. As a rule, they have graduated at least their bachelors as young professionals in a certain field, are aiming at improving their lifestyle, working on themselves, developing both professionally and personally. The migration from Georgia towards the EU started to be visible since the increase of the applications for Schengen visas [6]. Anyway, despite the official statistics, in reality the size of migration outflows is higher which leads to distortions in the policymaking.

The migrant profiles proved to be quite similar in both countries. Thus, the working age group between 18-39 years old, seems to be the most affected one. Men tend to migrate mostly to CIS to work in construction, while women go to EU to work for home and elderly services. A higher share of new migrants left Moldova in y. 2008 while in Georgia it happened in y. 2010. The year 2010 marked the feminization of migration, the year when women started to migrate more [5]. According to the National Bureau of Statistics, in Moldova the outflow of temporary migrants decreased from 325'500 in y. 2015 till 137'400 in y. 2017 [3]. Meanwhile, in Georgia the number of emigrants constituted 95'965 in y. 2015 and 85'451 in y. 2017 [6]. This implies that still more people migrate from R. Moldova than from Georgia. The reasons for this divergence include the opportunity of Moldovans to get Romanian citizenship, and also the perception of the R. Moldova's economy as being less stable than the Georgian one.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

In conclusion, people from both countries migrate in high proportions. However today even well-established people that have businesses, leave the countries. In the recent years, youth migration has intensified because of problems in the educational system, and high unemployment rates. Furthermore, people are oriented towards EU than CIS due to better well paid wages and legal conditions, higher availability of jobs. The social background from both countries forced women to migrate more in the last decade in comparison with men. According to statistics, the emigration flows from post-soviet countries have recently slightly decreased. Governments in both countries are expected to undertake measures to minimize the negative consequences of the emigration.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. BASTIANON C. D. *Youth Migration Aspiration in Georgia and Moldova*. Migration Letters. 2018. 19 p. ISSN: 1741-8984. e-ISSN: 1741-8992. Available at: <file:///E:/Documents/Documents/Thesis%202019/Research%20gate/596-831-1-PB.pdf>
2. CEBOTARI V., SIEGEL M., MAZZUCATO V. *Migration and child health in Moldova and Georgia*. Comparative Migration Studies. 2018. 22 p. DOI 10.1186/s40878-017-0068-9. Available at: file:///E:/Documents/Documents/Thesis%202019/Research%20gate/Migration_and_child_health_in_Moldova_and_Georgia.pdf
3. MINISTERUL AFACERILOR INTERNE AL REPUBLICII MOLDOVA., BIROUL MIGRAȚIE ȘI AZIL. *Compendiul Statistic al Profilului Migrațional Extins al Republicii Moldova pentru anii 2015-2017*. 2018. 37 p. Available at: <file:///E:/Documents/Documents/Thesis%202019/Compendiul%20Statistic%20al%20%20PME%20pentru%20anii%202015-2017.pdf>
4. STATE COMMISSION ON MIGRATION ISSUES. *2017 MIGRATION PROFILE OF GEORGIA*. 2017. 73 p. Available at: http://migration.commission.ge/files/migration_profile_2017_eng_final_.pdf
5. VANORE M., SIEGEL M. *The evolution of gendered migration trajectories from Moldova & Georgia*. Comparative Migration Studies. 2015. 21 p. DOI 10.1007/s40878-015-0001-z. Available at: file:///E:/Documents/Documents/Thesis%202019/Research%20gate/The_evolution_of_gendered_migration_trajectories_f.pdf
6. http://pc-axis.geostat.ge/PXWeb/pxweb/en/Database/Database_Demography_Migration/33_-_number_of_immigrants_and_emigrants_by_sex_and_citizenship.px/table/tableViewLayout2/?rxid=818e3970-d05f-418b-b410-a4d28337eea5

THE EVOLUTION OF FOREIGN TRADE OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SANCTIONS

DEZVOLTAREA COMERȚULUI REPUBLICII MOLDOVA ÎN CONDIȚIILE APLICĂRII SANȚIUNILOR ECONOMICE

Dr., dr., conf. univ., LARISA DODU-GUGEA ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Str.
Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: dodu_gugea@yahoo.com

EUGENIA BAMBULEAC
ASEM, Republica Moldova, Chișinău, Str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail : ebambuleac329@gmail.com

Abstract. *În anii 2013-2014, Republica Moldova a fost supusă unor interdicții comerciale din partea Rusiei, odată cu anunțarea intenției de a se integra în spațiul economico-politic al UE.*

Key words : *comerț extern, taxe vamale, interdicții la import, sancțiuni economice*

On the whole sanctions and economic measures based on coercion represents one of the favorite weapons used frequently by some of the world leading trading nations. Even though these measures often imply an incomplete result and don't achieve the desired effect, trading powers still engage in respective fight. In this context, the general purpose of this research is to assess the influence of applied measures on development of foreign trade of the Republic of Moldova and to determine the overall effects, implying the further trade with Russia and highlighting the factors of efficient growth of the overall trade.

For the research of this issue were analyzed data provided by National Bureau of Statistics and several studies by the National Bank, the German Economic Team of Moldova and the Embassy of Russian Federation in the Republic of Moldova, and applied the methods of observation, the qualitative and quantitative analysis, synthesis, the comparison, the use of the graphic method for the complex representation of the studied phenomenon.

After the Republic of Moldova announced its desire to integrate in the political-economic framework of the European Union, it was imposed to a series of import sanctions by the Russian Federation. The main reasons behind this action were the intention to increase social disappointment with the pro-European coalition and similarly to convince the Moldovan government to interrupt the implementation of the Association Agreement.

Briefly speaking, in September, 2013, the Russian Federation banned the imports of Moldovan vine products, while during 2014, there were imposed interdictions on processed meat, fruits and vegetables and were increased tariff over Most Favored Nations level for 19 types of goods. Overall assessment reveal that trade sanctions resulted in a decrease of Moldovan exports to this destination in the amount of USD 145 million, or 24%, for the whole year of 2014. And the effect on GDP, according to estimates implied a 2% decrease for 2014[1, p.9].

The general dynamics of export and imports indicate that the Russian Federation has always represented a significant market for Moldovan products, but its importance declines continuously. Respectively, in 2015, the trade turnover between Russia and Moldova in value terms amounted to 1222.2 million USD involving a decrease of 31.9% compared to 2014 and regarding imports from Moldova, they fell by 41.0% , namely by USD 129,4 million[2]. Considering general evolution of foreign trade through time, one can notice a reduction in the total exports in 2015 compared to 2013 of about 19%.

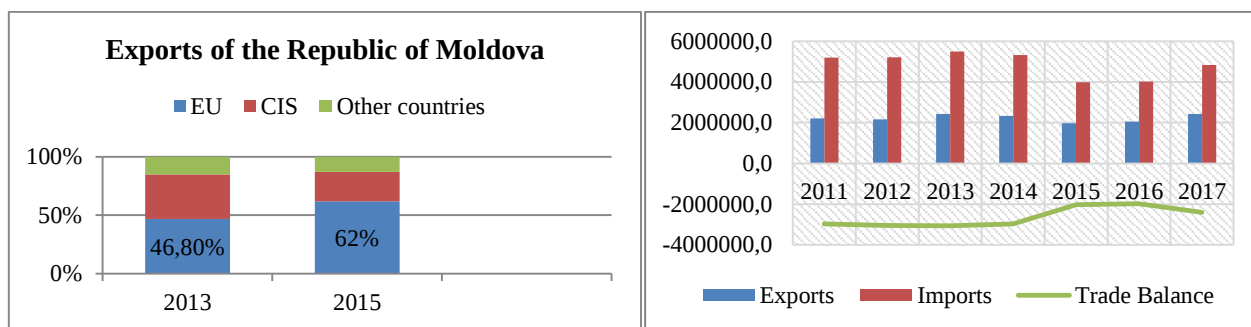


Figure 1. Structure of exports by destinations

Figure 1. Trends of external trade of goods

The detailed research of the given subject allows drawing several conclusions. As the Republic of Moldova is a small state with a reduced amount of natural resources and small market, for which the foreign trade plays an important role, the conditions of autarchy or isolation are inadmissible. Immediate negative effects demonstrated that orientation towards a single market can generate substantial losses. Researches point out that the groundless embargoes influenced negatively the performance of the foreign trade as well as the growth of economy in general. On the other hand, respective sanctions acted as a catalyst for a series of measures for the sustainable development of foreign trade. Trade interdictions over exports forced the authorities to notice and take concrete actions in finding new trading partners, increasing standards for domestic production and providing a strong support to local producers, complying national legislation and domestic requirements regarding trade with those of developed countries, mainly with norms and regulations within the European Union. On the whole, all these actions contributed to the substantial recovery of foreign trade and all other economic indicators, fact noticeable in 2017.

Generally, in order to reduce the negative influence of economic sanctions the implementation of trade policies oriented towards the optimization, restructuration and diversification of foreign trade flows is necessary. Additionally, in this context, international trade relations with strategic countries play a significant role and it is required to implement changes in regional integration for the diversification of international trade relations and for future sustainable development.

REFERENCES:

1. JORG RADEKE. *The cost of Russian trade sanctions*. Berlin/Chișinău, September 2014. Pag. 9. Available on: https://get-moldau.de/download/policybriefings/2014/PB_11_2014_en.pdf [accessed on 20 March 2019]
2. ПОСОЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА. *Торгово-экономическое сотрудничество Российской Федерации с Республикой Молдова*. Available on: <https://moldova.mid.ru/torgovo-ekonomiceskoe-sotrudnicestvo-rossijskoj-federacii-s-respublikoj-moldova> [accessed on 20 March 2019]

SECȚIUNEA X: Finanțe corporative. Asigurări

FINANȚAREA INTERNĂ ȘI EXTERNĂ A IMM – URILOR

INTERNAL AND EXTERNAL FINANCING OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRISES

Natalia BĂNCILA, dr. hab., prof. univ.,
Republica Moldova, mun. Chișinău, ASEM,
Str. Mitropolit G. Bănulescu – Bodoni, 61
nbancila@mail.ru

Ecaterina BRAD,
Republica Moldova, mun. Chișinău, ASEM,
Str. Mitropolit G. Bănulescu – Bodoni, 61
ecaterina.brad.96@inbox.ru

Abstract. *Access to financing is a key factor for growth and innovation of small and medium enterprises. The entities of the European Union use different methods of funding in order to develop and innovate a product or service on the market. The market of goods and services is growing, and access to finance is an important aspect which must be taken into consideration. Through this research the authors have proposed to present the main definitions of small and medium enterprises. Also, they consider important to mention types of internal and external financing.*

Key words: *small and medium enterprises, financing, grants, bank loans*

JEL Classification: G11

Introducere. În Uniunea Europeană statele membre pun în aplicare o multitudine de politici și programe menite să înlăture diversele obstacole cu care se confruntă IMM – urile atunci când încearcă să apeleze la unele surse de finanțare. Se cunoaște că cele mai importante surse directe de finanțare externă pentru IMM – uri sunt creditele, împrumuturile bancare și leasingul. Cu adevărat însă sunt o multitudine de alte surse de finanțare accesibile și care creează valoare pentru întreprindere.

Cercetarea respectivă își propune ca obiective:

- ✚ analiza noțiunii de IMM – uri, consultând literatura de specialitate;
- ✚ exemplificarea surselor interne și externe pentru IMM - uri;
- ✚ documentarea cu noțiunea de „grant” și importanța sa ca sursă de finanțare, etc...

Literatura de specialitate oferă o serie de noțiuni ale IMM - urilor. Pentru o înțelegere mai profundă a noțiunilor se analizează literatura și opiniile autorilor despre semnificația acestora.

- IMM – urile sunt acele întreprinderi, care au o capacitate mare de inovare prin lansarea noilor produse, dar și a strategiei pe care o adoptă (Balan, Barbăneagră, Bucos p. 26, 2016).
- Terziovsky (2010) consideră că IMM – urile din sectorul de producție au o contribuție semnificativă la creșterea și dezvoltarea economică, remarcându-se printr-un grad sporit de inovare și creare a noilor locuri de muncă.

Înainte ca o entitate să recurgă la anumite surse de finanțare apare necesitatea ca aceasta să-și stabilească necesarul de finanțat, astfel încât să-și acopere toate nevoile economice. Un program economic curent și o decizie eficientă poate determina implicit succesul viitor al IMM – urilor. Așadar, politica de finanțare cuprinde ansamblul de decizii privind modul de acoperire a nevoilor de finanțare ale programelor economice, sociale și financiare ale întreprinderii (Botnari, 2006).

Prin urmare, în figura 1 se enumeră câteva surse de finanțare internă și externă, utilizate de IMM – uri la nivel european.

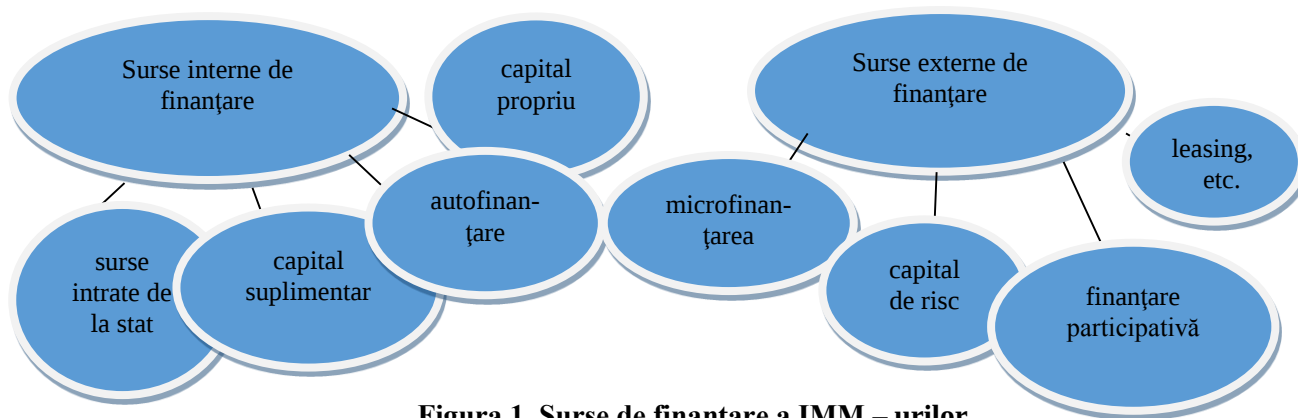


Figura 1. Surse de finanțare a IMM – urilor

Sursa. Elaborat de autor

Altă formă de finanțare sunt granturile, destinate domeniilor care aduc beneficii societății, precum: oferirea locurilor de muncă, cercetare și inovare, agricultură și dezvoltare rurală, fonduri de caritate, sănătate, protecția mediului, ș.a..

Figura 2 proiectează dificultățile pe care le întâmpină IMM-urile în relația cu Banca.

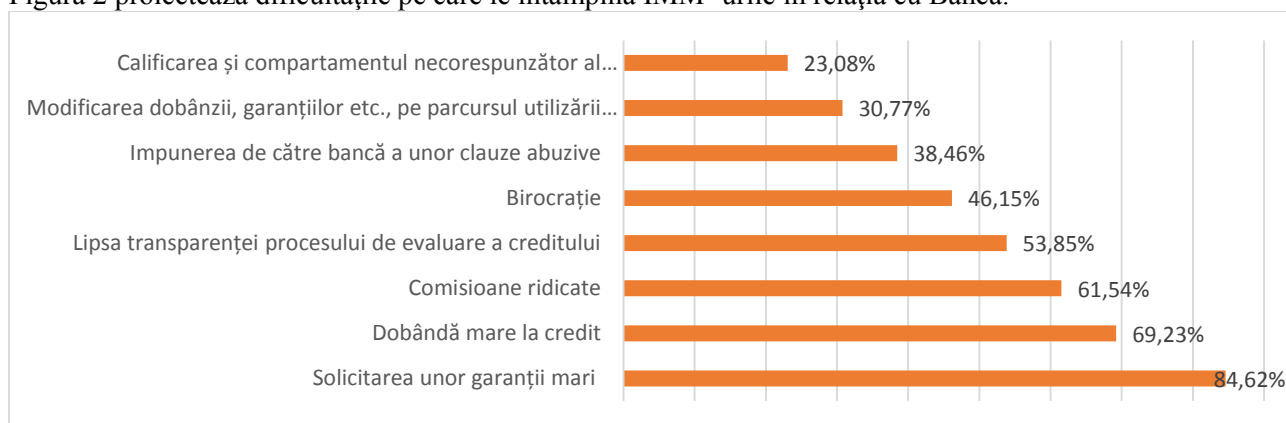


Figura 2. Dificultăți în relația cu Banca

Sursa. <https://www.slideshare.net/portalimmromania/probeme-in-finantarea-imm-urilor-de-catre-banci> (accesat pe 24.03.2019)

Din figură rezultă că principalele dificultăți țin de solicitarea unor garanții mari la credite de către bănci. De asemenea, dobânzile sunt mari la credite și comisioanele ridicate, ceea ce uneori descurajează IMM – urile și le face să nu mai apeleze la o astfel de formă de finanțare, ca împrumuturile bancare.

Concluzie. În linii generale, orice sursă de finanțare este binevenită în concordanță cu genul de activitate a întreprinderii și a posibilității de a returna creditele (în cazul împrumuturilor bancare). Statul deține un rol important în finanțare. În unele state acesta oferă sprijin financiar pentru dezvoltarea IMM-urilor. Aceste entități alegând sursa de finanțare potrivită ar putea în viitor genera beneficii economice pe termen lung atât la nivel micro, cât și macroeconomic.

Referințe bibliografice

1. Balan A., Barbăneagră O., Bucos T., Economia unităților economice, 2016. ISBN 978 – 9975 -75 – 809 – 3, 388 p.
2. Botnari N., Finanțele întreprinderii, Chișinău 2006, 121 p.
3. Probleme în finanțarea IMM – urilor de către Bănci. Disponibil online la: <https://www.slideshare.net/portalimmromania/probleme-in-finantarea-imm-urilor-de-catre-banci> (accesat pe 24.03.2019)
4. Terziovski M., Innovation practice and its performance implications in small and medium enterprises (SMEs) in the manufacturing sector: a resource – based view, 2010. Available online at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/smj.841> (accesat pe 24.03.2019)

CURRENT ISSUES OF RISK MANAGEMENT IN INSURANCE

PROBLEMELE ACTUALE ALE MANAGEMENTULUI RISCULUI ÎN ASIGURĂRI

VLAS DORINA, studentă, an. II, EMREI-171,
e-mail: vlasdorina1998@gmail.com

Conducător științific: dr.st.econ. conf.univ., Petroia Andrei
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, str. Mtr. Gavriil Bănulescu-Bodoni 59
e-mail: petroia5@hotmail.com

Résumé. Cet article présente une revue détaillée de quelques des idées, des variantes possibles sur la gestion des risques des compagnies d'assurance. Il aborde la motivation de la gestion des risques, la titrisation des risques. Cet article faire références sur les risques de l'assuré et les risques de l'assureur.

Les mots-clés: Assurance; Gestion; Risque; Décisions; Dommage.

La classification JEL: G22

Omul este supus unor pericole multiple și variate, cauzate de pe urma apariției calamităților naturale (de ex. secetă, îngheț, inundații) sau apariției unor factori sociali-economici. Prin modul necorespunzător în care acesta își realizează activitatea poate provoca apariția unor pierderi personale sau semenilor săi. Caracteristicile managementului în asigurări derivă din faptul că asigurările reflectă în plan teoretic relații bănești de repartitie, care mijlocesc constituirea fondurilor specifice, la dispoziția societăților de asigurare, destinate acoperirii unor cheltuieli (pagube) cu caracter aleatoriu^[1]. În aceste timpuri volatile, managementul riscului devine din ce în ce mai necesar. În asigurări, acesta urmărește crearea unor condiții optime pentru desfășurarea activității și eficientizarea acesteia. Totuși, riscurile pot fi analizate printr-o paletă largă de situații, de exemplu putem vorbi despre riscurile preluate de asiguratorii prin contracte de asigurare, aici ne referim la organizarea și conducerea activității de asigurare, sau, dacă vorbim despre necesitatea de a ne asigura (ca persoane fizice/juridice) împotriva unor evenimente ce pot apărea spontan și care crează pagube, deja ne referim la abordarea unui management personal^[2].

Atitudinea managerilor față de risc a fost mereu diferită. Ea depinde atât de anumite caracteristici individuale, cât și de anumiți factori contextuali. Putem spune, că în general deciziile sunt cu atât mai riscante, cu cât probabilitatea obținerii rezultatelor dorite este mai mică sau obiectivele stabilite sunt mai greu de atins. Controlul efectelor riscului și al incertitudinii din mediul de afaceri, în care activează firma, constituie esența managementului riscului. Totuși succesul acțiunilor unei entități economice, este riscul asumat și acceptat. Riscul și șansa economică sunt două fețe ale unei singure monede, la fel ca principiul chinez Ying-Yang.

Scopul asigurărilor impune ca managementul în asigurări să favorizeze condițiile corespunzătoare pentru: constituirea fondului de asigurare, evaluarea și acordarea operativă a despăgubirilor sau a sumelor asigurate cuvenite, ca urmare a producerii cazului asigurat^[3]. Riscurile asigurabile sunt variate și complexe, iar pagubele reflectă caracterul aleatoriu al producerii lor. Managementul trebuie să se adapteze în funcție de risc. Astfel să încercăm să prospectăm soluțiile optime pentru un management în diverse tipuri de asigurări. În cazul asigurărilor de viață, atât asiguratorul cât și asiguratul se confruntă cu un grad de complexitate ridicat prin natura riscurilor, cât și prin formele/tehnicele de realizare. Pe de o parte, pentru ambii subiecți asigurarea are o funcție de protecție de ris (în cazul supraviețuirii/deces) sau o funcție de economisire (în cazul spitalizării/pierderii forței de muncă). În cazul asigurărilor generale obligatorii, managementul riscului devine comun pentru ambele părți, deoarece acestea rezultă din interesul economic și social al întregii comunități pentru protecția reciprocă. Dacă ne referim la riscurile posibile în cazul asigurărilor facultative, e necesar totuși de a specifica tipul acesteia, pentru că asigurarea dată este

valabilă pentru o perioadă determinată de timp și este necesar de a respecta o serie de factori riguroși^[4]. Cu ajutorul tabelului de mai jos (*Tabel 1*) putem ușor diferenția riscurile ce pot apărea, dar și acoperirile obligatorii, pentru a putea determina un management eficient în riscurile asigurărilor.

Tabel 1

Risc	Asigurare	Acoperire	Beneficiar
Pierdere de viață	Viața	Costuri legate de pierdere de viață	Familia
Accident/boală	Sănătatea	Costuri legate de spitalizare, de pierdere capacitatea de muncă etc.	Asiguratul
Accident de mașină	RCA (Răspundere civilă auto)	Pagube produse terților	Persoane terțe accidentate
Accident/ furt de mașină	CASCO	Pierderi	Asiguratul
Cutremur	PAD (Polița de asigurare împotriva dezastrelor naturale)	Pagube produse de deteriorarea sau pierdere locuinței	Proprietarul locuinței

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor oferite de Comisia Națională a Pieței Financiare disponibile pe: <https://www.cnpf.md/ru>

Reeșind din informația prezentată în *Tabelul 1*, am ajuns la ideea că sistemul informațional ar fi un element esențial al managementului, acesta se constituie prin calitatea, componentele și procedurile folosite. De aici derivă și sistemul organizațional al societății de asigurări ce are ca scop să aplice o serie de măsuri organizatorice atât în perioada dinaintea introducerii asigurării respective, cât și

ulterior:

- ✓ studierea și analiza minuțioasă a condițiilor economice, financiare și sociale existente pe plan intern și internațional;
- ✓ dezvoltarea unei strategii de marketing adecvate;
- ✓ încheierea diferențiată a contractului de asigurare, în funcție de situația concretă pe care o prezintă fiecare persoană;
- ✓ cunoașterea cât mai detaliată a situației economice și a specificului activității fiecărei persoane asigurabile;
- ✓ studiul evoluției și intensității riscurilor.

În urma cercetării, am ajuns la concluzia că indiferent de tipul de asigurare, este necesar de a adapta un management al riscurilor personalizat. Inițial, sintagma “managementul riscului” comportă foarte multe mituri, înțelegeri apriorice care pot conduce la concluzii greșite. Când vorbim despre managementul riscului, vorbim mai mult despre o privire de ansamblu asupra tuturor factorilor care pot influența activitatea unei entități/a unei persoane în care sunt incluse și programe de asigurare. Un management al riscului nu include neapărat eliminarea/anihilarea riscului, ci din contra, gestionarea lui. Totul începe de la atitudinea pe care o avem față de risc, până la urmă, cine nu riscă, nu câștigă. Asigurarea este un rezultat al atitudinii. Riscul poate fi evitat, poate fi redus, poate fi transferat, sau poate fi reținut, totul depinde de localizarea noastră în ecosistemul economic. Funcția principală care îi revine managementului riscului în asigurări, este luarea unor decizii calculate pentru a limita pierderile financiare, pentru a susține familia într-un eveniment neașteptat, dar și realizarea planului financiar.

Referințele bibliografice

1. Catrina Ersilia, PROVOCĂRI ȘI PERSPECTIVE ALE CONTROLULUI INTERN ÎN CADRUL SOCIETĂȚILOR DE ASIGURĂRI, Craiova 2018
2. Ora de risc. Emisiune realizată de Sergiu Costache, disponibilă pe: <https://www.rfi.ro/emisiuni/ora-risc>
3. LEGE Nr. 407 cu privire la asigurări, disponibil pe: http://lex.justice.md/document_rom.php?id=8A72DED2:D810E610
4. Constanța Iacob, MANAGEMENTUL RISCULUI FINANCIAR, București, 2017
5. Comisia Națională a Pieței Financiare disponibilă pe: <https://www.cnpf.md/ru>

NEW TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CORPORATE FINANCE

NOILE TENDINȚE ÎN DEZVOLTAREA FINANTELOR ÎNTREPRINDERII

Scientific coordinator: Eugenia Bușmachi, conf. univ., dr, AESM,
eu_busmachi@ase.md

Students: Straistă Sanda, AESM,
straista.sanda@gmail.com
Dobrovolschi Alexandrina, AESM,
dobrovolschisanda@gmail.com

Abstract: Scopul acestui articol este de a scoate în evidență noile tendințe în dezvoltarea finanțelor corporative și de a reliefa necesitatea încadrării acestui domeniu în cursul dezvoltării continue a tehnologiilor și spațiului virtual. În acest context am analizat patru mari tendințe care au cuprins domeniul financiar și care au redefinit noțiunea de finanțe. În contextul tendințelor cercetate și expuse, articolul accentuează ideea tehnologizării domeniului financiar și extinderea rolului unui CFO modern.

Cuvinte cheie: finanțe corporative, modernizare, dezvoltare, tehnologizare

JEL Classification: G30

1. Introduction

Nowadays everything is covered in a continuous trend of development and optimization process, financial sector is not an exception and as we approach 2019, we are looking ahead to the trends that will impact and define business decisions, as well as help empower clients to better evaluate and manage risk, build innovative corporate strategies, and grow their businesses. On the same note, financial leaders must navigate a range of new challenges and responsibilities as they report on the past, manage the present, and create the future.

The aim of this article is to analyze the present and the future of corporate finance, its tendencies, and characteristics through the prism of four big corporate finance development tendencies, which are: artificial intelligence, big data, cyber security, expanding CFO roles. In addition, an important idea, which covers the entire article, is the fact that there is no businesses progress without taking in consideration the development and improvement of the financial department of each entity in part.

2. Content

New technologies are revolutionizing finance, making it smarter, more efficient, and more secure. That's why we consider the development of Artificial Intelligence (AI) one of the most important trend of corporate finance. In 2019, companies will establish a culture of data, where the use of data is no longer a talking point but a baseline assumption. And as companies become smarter about how they use data, the data itself is also becoming smarter, with AI and machine learning providing instant intelligence and enabling automated processes. Additionally, block chain, which has become popularized due to its involvement with financial institutions, will find greater adoption in finance and beyond, making systems more stable and secure. We need Artificial Intelligence nowadays in order to increase transactional and account security, for automatization of financial processes, preventing fraudulent transactions and to optimize sales and price. All kinds of digital assistants and apps will continue to perfect themselves thanks to cognitive computing. This will make managing personal finances exponentially easier, since the smart machines will be able to plan and execute short- and long-term tasks, from paying bills to preparing tax filings.

Another trend which we considered need to be developed in corporate finance is Big Data, collection and analysis of massive amounts of information. This trend is closely correlated to the first one, because both of them are FinTech. Big data is effectively consuming some current financial

duties while defining others — reinventing the classical role of an accountant into a more modernized player, relying on analytics to more accurately perform financial operations. Almost all financial duties involve data in one way or another, so it's only logical to implement big data sciences into the mass amount of financial data a company produces daily. Main applications of Big Data are: employee monitoring and surveillance, predictive models, such as those that may be used by insurance underwriters to set premiums and loan officers to make lending decisions, developing algorithms to forecast the direction of financial markets and pricing illiquid assets such as real estate.

The third trend that we included in our article is the development of cyber security. Cyber security is now an issue that every board is treating as a priority. Its importance has been heightened even further with Corporate Finance due to the large volumes of data and the complexity of the transactions involved. It's now the case that cyber security has to be present at each step of the course so that the data created along the process is protected. The information that's passed between parties in corporate finance transactions is often very sensitive and therefore very attractive to cyber criminals. Cyber Security threats come from a whole host of different sources, ranging from sophisticated organized crime networks, state sponsored attacks to individual hackers who identify opportunities to sell data to the highest bidder.

The last but not the least trends in corporate finance is expanding CFO roles. There was once a time when a CFO's role consisted of crafting an annual budget, keeping track of cash flow variances and reporting annual income statements. Today, CFOs are expected to know every aspect of a business, including its competitors, strengths and weaknesses and impact of new technologies. CFOs are expected to take the reins to guide the company through changing terrain and keep all the stakeholders happy.

3. Conclusion

Taking everything into account, we can steadily say that FinTech is reaching widely across the financial industry, resulting in big changes and benefits for people of all ages and economic status. The world is changing and as a result, so is the role of finance. Finance teams play a critical role in the success of the modern business, and in 2019, we expect they will take on new responsibilities and challenges with great success.

4. Bibliography

- 1) Stephen M. Ross, Loose Leaf for Corporate Finance, 2018
- 2) Carolyn E.C. Paris, Drafting for Corporate Finance, 2016
- 3) <https://cloudblogs.microsoft.com/dynamics365/bdm/2018/10/19/6-trends-that-will-redefine-finance-in-2019/?fbclid=IwAR3tD-5hhEwkU1ift2zU-RkNz0Yq0rK-Xzna9tL7xPIqPCD36nGGSukdZs>
- 4) <https://channels.theinnovationenterprise.com/articles/corporate-finance-and-cyber-security?fbclid=IwAR04gxKidXS2X7g7VvLVNIHFgjJR9XeoccePCjIUhqLWMePwMxW2MKu-uSA>
https://businessdegrees.uab.edu/blog/five-trends-in-corporate-finance-and-what-it-means-to-an-online-mba-student/?fbclid=IwAR2MTV4GtXZJzUbfS_BYwQ0nNL7-fTBa7dclyyE6jAQ2AbaO49St2IthELU

SECȚIUNEA XI: Finanțe publice și fiscalitate

ANALIZA COMPARATIVĂ A SISTEMULUI DE IMPOZITE ÎN ȚĂRILE MEMBRE ALE UNIUNII EUROPENE

THE COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TAX SYSTEM IN THE MEMBER STATES OF THE EUROPEAN UNION

Nadejda BERGHE, lect. univ.
Republica Moldova, mun. Chișinău, ASEM, Str. Mitropolit G. Bănulescu – Bodoni, 61
nadyarsn@yahoo.com

Ecaterina BRAD,
Republica Moldova, mun. Chișinău, ASEM, Str. Mitropolit G. Bănulescu – Bodoni, 61
ecaterina.brad.96@inbox.ru

Abstract. *In a market economy, the tax system is one of the most important fiscal policy instrument. In some cases, the state influences economic processes and social order establishing taxes. In this regard, at state level taxes are perceived and accepted to be paid differently, depend on the policy of the state and their patriotism. According to these, authors have proposed to illustrate the importance of taxes in the society. Also, in this research it is essential to mention the variety of definitions taken from the literature about taxes. There are countries described in this research that implemented clear policies to paid taxes. For instance, some countries are called „tax havens”.*

Key words: *tax system, VAT, income tax, property tax*

JEL Classification: P51

Introducere. Sistemul de impozite variază de la o țară la alta, în funcție de cuantumul veniturilor populației și a altor factori de importanță majoră. Într-o oarecare măsură, Uniunea Europeană are atribuția de a institui și percepe impozite la nivel de state, dar și să formuleze recomandări și măsuri de politici fiscale.

Cercetarea respectivă își propune ca obiective:

- ✚ analiza noțiunilor de „sistem de impozite”, consultând literatura de specialitate;
- ✚ exemplificarea statelor din Uniunea Europeană cele mai semnificative din punct de vedere al sistemului de impozite;
- ✚ analiza sistemului de impozite în Republica Moldova.

Literatura de specialitate operează cu o serie de noțiuni ale sistemului de impozite. Pentru o înțelegere mai profundă a acestora se analizează literatura și opiniile autorilor în legătură cu sistemul de impozite.

- **Cernik (2006)** definește sistemul de impozite ca o formațiune complexă, care înglobează două subsisteme interconectate: subsistemul de impozitare și subsistemul de administrare.
- Sistemul de impozite este privit ca o unitate integrală de administrare, care include anumite elemente ce interacționează între ele la formarea impozitelor (Mayburov, 2007).

La nivel de state, se stabilesc cote diferite de impozite, ceea ce deosebesc țările Uniunii Europene unele de altele. Studiarea sistemului de impozite în diverse țări permite o înțelegere mai eficientă a semnificației impozitelor și a necesității aplicării acestora.

Așadar, în România, începând cu 1 ianuarie 2018 impozitul pe venitul persoanelor fizice și juridice scade de la 16 % până la 10 % conform Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 79/2017 pentru modificarea și completarea Legii nr. 227/2015 privind Codul Fiscal. În România se aplică două cote de TVA, după cum urmează: cota standard – 19 % și respectiv, cotele reduse de 9 și 15 %.

Ungaria este țara care dispune de un sistem integrat parțial pentru impunerea profiturilor corporațiilor. Impozitul pe profit are o cotă de 19 %. Aici este de menționat că în relațiile B2B nu se aplică impozitul pe venit. Aceste relații țin în mare parte de drepturi de autor, dobânzi, dividende, etc.. Cota satnadard de TVA în Ungaria atinge cota de 27 %, pe când cotele reduse sunt de 5 % și 18 %.

Germania este considerată țara din Uniunea Europeană în care predomină cea mai ridicată fiscalitate. Această țară este considerată un „paradis fiscal” și pe bună dreptate, deoarece este foarte ușor de ascuns proveniența și cuantumul câștigurilor de orice gen. Firmele nu sunt obligate să își facă publice situațiile financiare anuale. Cota standard de TVA este de 19 % și o singură cotă redusă de 7 %. Alte paradisuri fiscale sunt Franța și Luxemburgul.

În Republica Moldova, începând cu 1 octombrie, impozitul pe venit constituie 12 % din venitul impozabil. Cota standard de TVA rămîne a fi de 20 %, iar cotele reduse de 8 și 10 %. Conform unui sondaj efectuat în 2018, populația Republicii Moldova are o motivație relativ slabă de a plăti impozite, scorul mediu pentru moralitatea fiscală fiind de 2,82, corupția constituind unul dintre principalii factori care influențează moralitatea fiscală și atitudinea cetățenilor față de sistemul fiscal.

Per ansamblu, în figura 1 se proiectează topul țărilor cu cele mai mari impozite reale din Uniunea Europeană.

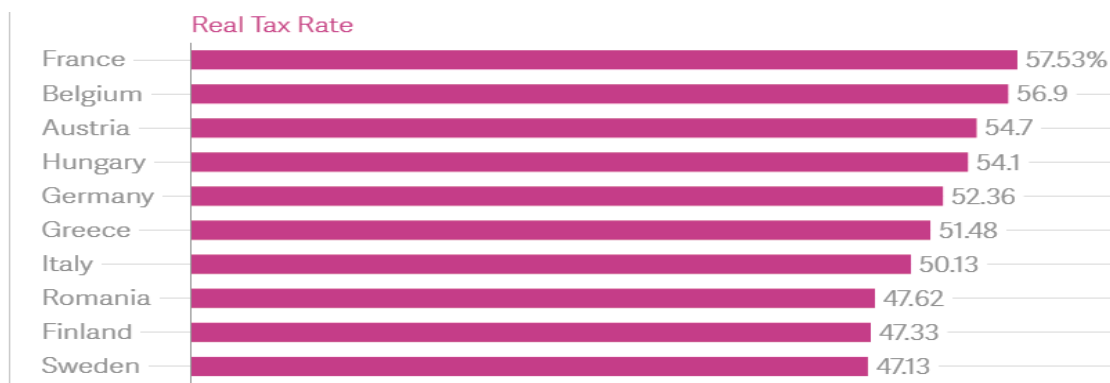


Figura 1. Topul țărilor cu cele mai mari impozite reale din Uniunea Europeană

Sursa. Data: Institut Economique Molinari. Disponibil online la: <https://www.timpul.md/articol/care-ara-platete-cele-mai-mari-impozite-din-europa-95820.html> (accesat pe 24.03.2019)

Franța este unul din cele mai mari „paradisuri fiscale”. Drept urmare aici se achită cele mai mari impozite reale (57, 53 %). Franța este urmată cu preponderență de Belgia (56, 9 %). Cele mai mici impozite se achită în Finlanda (47, 33 %) și țara vecină, Suedia (47, 13 %).

Analizând sistemul de impozite la nivel de țări se poate concluziona că depinde în mare măsură de politici, mentalitate și multe alte aspecte cum sunt percepute impozitele. Pentru unele țări este un eveniment național de a achita impozite, acest lucru fiind făcut de cetățeni benevol, din spiritul datoriei, neimpuși de nimeni. Ceea ce în alte state, pentru Republica Moldova este mai mult o responsabilitate, o impunere. Dacă e să privim prin prisma salariilor pe care le obțin cetățenii

Referințe bibliografice

1. Cernik, D. G., Taxes and taxation, Moscow: MCFR., 2006, 288 p.. Available online at: <https://www.iejme.com/download/tax-system-the-concept-and-its-legal-content.pdf> (accesat pe 24.03.2019)
2. Mayburov, I. A., Theory and parctice of taxation, Moscow: UNITY – DANA, 301 p.. Available online at: <https://www.iejme.com/download/tax-system-the-concept-and-its-legal-content.pdf> (accesat pe 24.03.2019)
3. Data: Institut Economique Molinari. Topul țărilor cu cele mai mari impozite reale din Uniunea Europeană. Disponibil online la: <https://www.timpul.md/articol/care-ara-platete-cele-mai-mari-impozite-din-europa-95820.html> (accesat pe 24.03.209)

THE IMPACT OF STATE TAXES ON THE FORMATION OF FISCAL REVENUE OF STATE BUDGET

IMPACTUL IMPOZITELOR GENERALE LA FORMAREA VENITURILOR FISCALE ALE BUGETULUI DE STAT

Conducător științific: BULGAC CORINA
Academia de Studii Economice a Moldovei, Republica Moldova, Chișinău, str. Mitropolit Gavriil
Bănulescu-Bodoni, 61
e-mail: corina-777@mail.ru

Autor: CHIPER NATALIA
Academia de Studii Economice a Moldovei, Republica Moldova, Chișinău, str. Mitropolit Gavriil
Bănulescu-Bodoni, 61
e-mail autor: chiper.natalia@gmail.com

Abstract. *The state is an administrative and political institution in which individuals and legal entities carry out its activity, so its competence is to ensure a favorable environment for them. The main pillar on the basis of which the state collects its resources is the fiscal field. The tax is a historical instrument, having an influence on the economic and social sphere. They are the most important financial resource of the state and the oldest. The state's ability to carry out its tasks depends on tax revenue, which contributes to its development.*

Keywords: *Tax system, state taxes, fiscal revenue, state budget.*

JEL CLASSIFICATION: H71

INTRODUCERE

Importanța acestei teme derivă din rolul pe care fiscalitatea îl deține în dezvoltarea oricărui stat. Scopul prezentei cercetări constă în identificarea impozitelor generale de stat, ca parte componentă a sistemului fiscal, precum și analiza în dinamică a încasărilor din impozite generale și aportul acestora la formarea veniturilor fiscale ale bugetului de stat a Republicii Moldova. Pentru a realiza și pune în valoare scopul cercetării, au fost stabilite următoarele obiective: (i) examinarea teoretică a impozitelor generale, (ii) analiza executării bugetului de stat în dinamică la categoria veniturilor fiscale, (iii) identificarea tendințelor evoluției încasărilor din impozite generale în Republica Moldova.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Baza informațională a cercetării constă din actele normative ale Republicii Moldova, rapoartele publicate de Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova și Serviciul Fiscal de Stat al Republicii Moldova. Pentru a cerceta dinamica încasărilor fiscale din impozite generale s-au folosit mai multe procedee și metode de studiu. O metodă utilizată este prezentarea istorică prin care s-a urmărit evoluția fenomenului. Cu ajutorul metodelor de inducție și deducție a fost posibilă formularea generalizărilor și a concluziilor.

Sistemul impozitelor generale de stat cuprinde impozitul pe venit, taxa pe valoarea adăugată, accizele, impozitul privat, impozitul pe avere, impozitul unic de la rezidenții parcurilor pentru tehnologia informației. [1]

Evoluția încasărilor din impozite generale în bugetul de stat, în perioada 2014-2018, este ilustrată grafic în figura ce urmează.

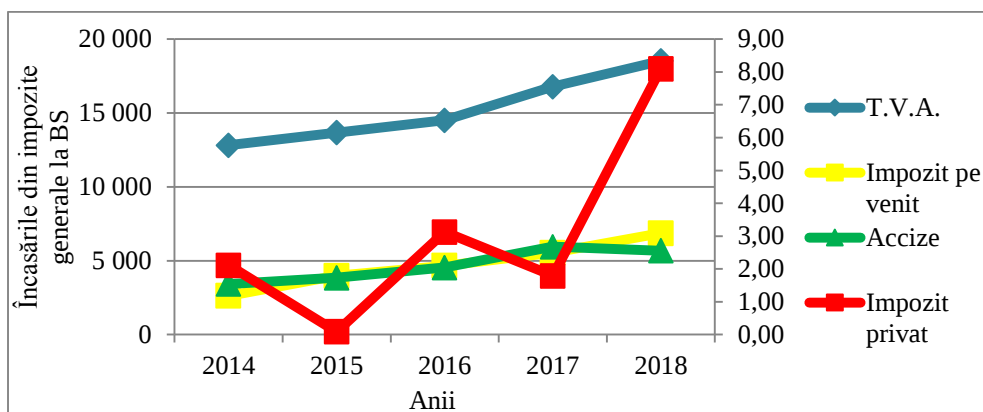


Figura 1. Dinamica încasărilor din impozite generale la bugetul de stat în perioada 2014-2018, mln.lei

Sursa: Elaborat de autor în baza [2]

Conform figurii, în perioada anilor 2014-2018, se observă o tendință de creștere al încasărilor la bugetul de stat din toate impozitele generale de stat, întrucât remarcăm un trend pozitiv. În anul 2018 comparativ cu anul 2014, suma aferentă încasărilor din impozitul pe venit a crescut de circa 2 ori sau în valoare absolută cu 4239,9 mln. lei. Încasările din T.V.A. la bugetului de stat s-au majorat semnificativ, și anume cu 5712,3 mln.lei sau în valoarea relativă cu 44,6 p.p., în anul 2018 față de 2014. În anul 2018 față de anul 2014, încasările din accize au crescut cu 2255,6 mln.lei, ceea ce reprezintă 65,8% în valoare relativă. Încasările din impozitul privat au crescut de circa 3 ori, în perioada analizată, sau cu 6 mln. lei.

În scopul analizei structurii veniturilor fiscale ale bugetului de stat, se prezintă figura 2.

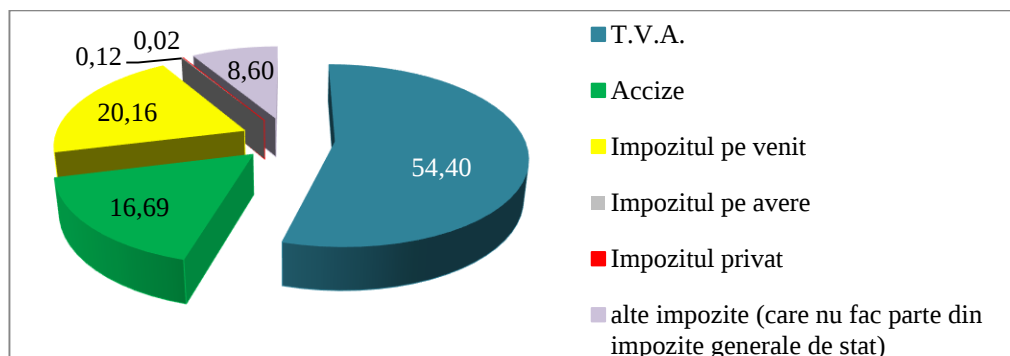


Figura 2. Structura veniturilor fiscale încasate la bugetul de stat în anul 2018, %

Sursa: Elaborat de autor în baza [3]

În anul 2018, toate impozitele generale de stat în veniturile fiscale dețin o cotă de 91,4%, în creștere cu 5,4% față de anul 2014, fapt care demonstrează însemnătatea acestora.

CONCLUZII.

În perioada analizată 2014-2018, încasările la bugetul de stat din impozite generale au înregistrat o tendință pozitivă de creștere: T.V.A. – cu 44,6%, accize – cu 65,8%, impozitul pe venit – de peste 2 ori și impozitul privat - de circa 3 ori. În anul 2018 față de 2016, încasările din impozitul pe avere s-au majorat cu 19,2%.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Codul fiscal: nr. 1163-XIII din 24.04.1997. *Monitor Oficial al R.Moldova nr.62/522 din 18.09.1997*.art 6.
2. *Raportul privind executarea bugetului de stat pentru anii 2014-2018*. Disponibil: <http://mf.gov.md> (accesat 05.05.2019)
3. *Raportul privind executarea bugetului de stat pentru anul 2018*. Disponibil: <http://mf.gov.md> (accesat 05.05.2019)

THE IMPACT OF INDIRECT TAXES ON THE ECONOMIC GROWTH OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

IMPACTUL IMPOZITELOR INDIRECTE ASUPRA CREȘTERII ECONOMICE A REPUBLICII MOLDOVA

Conducător științific: BULGAC CORINA
Academia de Studii Economice a Moldovei, Republica Moldova, Chișinău,
str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 61
e-mail: corina-777@mail.ru

Autor: VÎRLAN MAGDALENA
Academia de Studii Economice a Moldovei, Republica Moldova, Chișinău,
str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 61
e-mail autor: magdalena.virlan@gmail.com

Abstract. *The Republic of Moldova is a state with a transition economy, and budgetary and fiscal issues play an important role in the country's economic outlook. From this opinion, the tax is an instrument by means of which the state mobilizes the necessary financial resources for to perform his functions. Indirect taxes have a major influence on the basis of the tax system, the way in which indirect taxes are created limits the possibilities for counterfeiting and illicit actions that contribute to tax evasion. In the case of the Republic of Moldova, indirect taxes have a higher share in GDP than direct taxes, which demonstrates the importance of indirect taxes on economic growth in the country.*

Keywords: *Tax system, indirect taxes, economical growth, value added tax, excise.*

JEL CLASSIFICATION: H21, H29

INTRODUCERE

Creșterea economică reprezintă unul dintre obiectivele principale ale politicii economice a acestei cercetări constă în identificarea impozitelor indirecte, ca parte componentă a sistemului fiscal și caracteristica acestora , precum și analiza în dinamică a ponderii încasărilor din impozite indirecte în Produsul Intern Brut (PIB). Pentru a realiza și a pune în valoare scopul cercetării, au fost stabilite următoarele **obiective:** (i) examinarea teoretică a impozitelor indirecte, (ii) analiza ponderii impozitelor indirecte în PIB, (iii) constatarea impactului impozitelor indirecte asupra creșterii economice a Republicii Moldova.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Baza informațională a cercetării include actele normative ale Republicii Moldova, rapoartele publicate de Serviciul Fiscal de Stat al Republicii Moldova și Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova. Pentru a analiza ponderea veniturilor încasate din impozitele indirecte în PIB în cercetare s-a utilizat metodologia bazată pe metode științifice de cercetare, precum: metoda statistică, analiza economico-financiară, metoda grafică.

Impozitele indirecte în Republica Moldova includ: taxa pe valoarea adăugată, accizele și taxele vamale. Utilizarea impozitelor indirecte ca instrument de intervenție în economie, în principal, pentru asigurarea unui anumit nivel al veniturilor bugetare este convenabilă pentru autorități, deoarece creșterea presiunii fiscale este camuflată în prețuri și tarife, conducând la creșterea acestora și reducând puterea de cumpărare prin diminuarea veniturilor reale.[1] Pentru a putea compara impactul impozitelor indirecte cu impactul impozitelor directe asupra creșterii economice a Republicii Moldova, trebuie de analizat ponderea acestor două categorii de impozite în PIB.

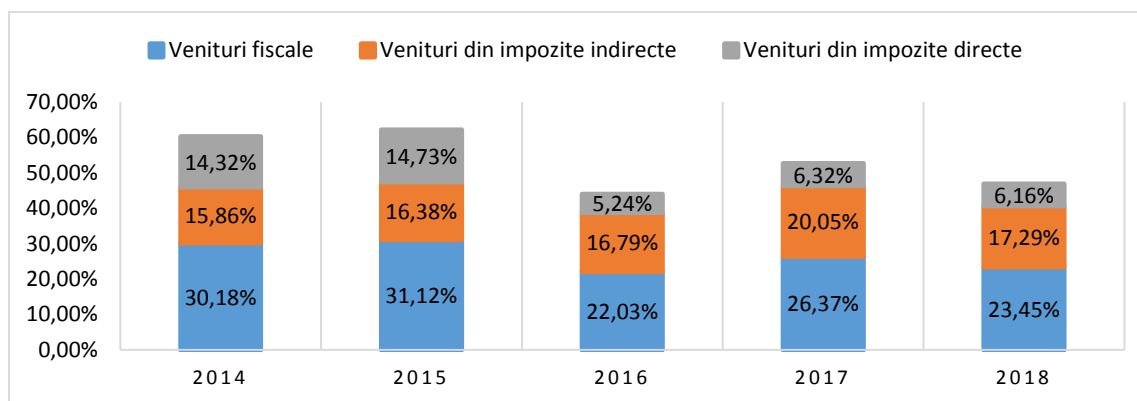


Figura 1. Ponderea veniturilor fiscale, din impozite indirecte și directe în PIB, în perioada 2014–2018, (%)

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor cu privire la transparența bugetară, furnizate de Ministerul Finanțelor [online]. [citat 07.04.2019]. Disponibil: <https://mf.gov.md/ro/buget/transparen%C8%9Ba-bugetar%C4%83/>

În perioada 2014 – 2018 nu se observă modificări sau tendințe de modificări semnificative în ponderea veniturilor fiscale în PIB. Cea mai importantă sursă de venituri rămân a fi impozitele indirecte, observăm că în perioada 2014-2017 s-a înregistrat o creștere, ponderea lor în 2014 fiind de 15,86% iar în 2017 majorându-se până la 20,05%, totuși în 2018 se atestă reducerea ponderii acestora de până la 17,29 la sută. Comprând ponderea în PIB a impozitelor indirecte cu ponderea celor directe, este vizibil faptul că, cele directe dețin o cotă redusă. Pentru a putea fi analizată mai minuțios, ponderea impozitelor indirecte în PIB pe componente de impozite se prezintă figura 2:

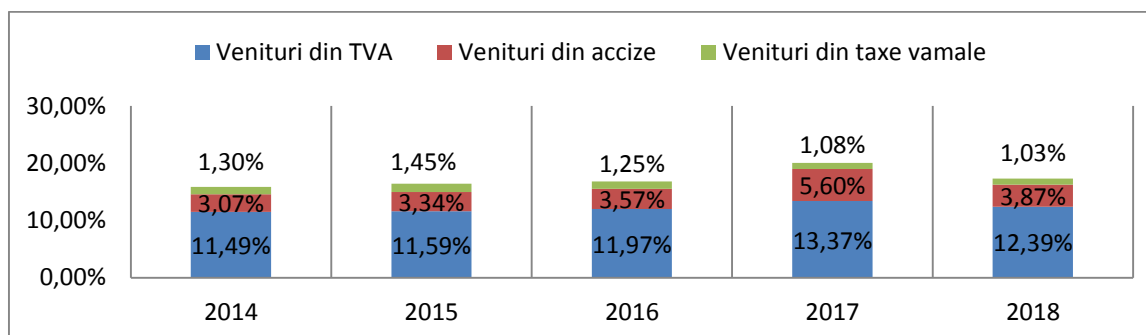


Figura 2. Ponderea în PIBa veniturilor fiscale indirecte pe categorii de impozite, în perioada 2014 – 2018, (%)

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor cu privire la transparența bugetară, furnizate de Ministerul Finanțelor [online]. [citat 07.04.2019]. Disponibil: <https://mf.gov.md/ro/buget/transparen%C8%9Ba-bugetar%C4%83/>

Analizând evoluția ponderii veniturilor din TVA, accize și taxe vamale din veniturile fiscale indirecte ale Bugetului Public Național, constatăm o tendință ușoară de creștere a ponderii TVA-ului și accizelor în perioada anilor 2014 – 2017 și o diminuare a acestora în perioada anului 2018. Analizând ponderea veniturilor din taxe vamale în PIB, putem afirma că aceasta este destul de redusă și pe parcursul perioadei analizate este într-o continuă diminuare.

CONCLUZII. În perioada analizată, 2014-2018, impozitele indirecte în PIB au înregistrat o pondere semnificativă: TVA de la 11,49% în 2014 la 12,39% , accizele de la 3,07% în 2014 la 5,60% în 2017 și 3,87% în 2018. Totuși ponderea taxelor vamale a înregistrat o tendință descrescândă, de la 1,30% în 2014 la 1,03% în 2018. Astfel putem concluda, că impozitele indirecte sunt sursele principale de venituri care contribuie considerabil la stimularea creșterii economice a Republicii Moldova.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. ALEXANDRU, Felicia, *Fiscalitate și prețuri în economia de piață*. București: Ed. Economică, 2002, 304 p.

HARMONIZATION OF VAT IN THE EU COUNTRIES: ACHIEVEMENTS AND PERSPECTIVES

ARMONIZAREA TVA ÎN ȚĂRILE UE: REALIZĂRI ȘI PERSPECTIVE

Conducător științific: Conf.univ., Dr. ANDREI PETROIA
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Republica Moldova, mun.Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: petroia5@hotmail.com

Autor: AURELIA RUSU
Academia de Studii Economice a Moldovei,
Republica Moldova, mun.Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: aurelia.rusu98@gmail.com

Abstract. *Nous avons choisi ce sujet avec son actualité pour montrer l'impact de la taxe sur la valeur ajoutée sur une entreprise dans une économie de marché, aux niveaux national et international, en particulier dans la Communauté européenne. Les questions abordées concerne même les arguments en faveur de l'harmonisation fiscale tandis que et celles pour une concurrence fiscale, les réalisations et les limites de l'harmonisation fiscale et une analyse de l'harmonisation de la TVA en République de Moldavie aux normes de l'UE.*

Mots-clés: *Taxe sur la Valeur Ajoutée, harmonisation, Union Européenne, fiscalité, concurrence fiscale.*

JEL CLASSIFICATION: G38 , F36

INTRODUCERE

În prezent, la nivelul Uniunii Europene, nu există un sistem fiscal european integrat ci o joncțiune de sisteme fiscale naționale diferite. O atare diversitate a făcut ca sistemele fiscale naționale să devină, uneori, generatoare de concurență fiscală.[2] În contextul diferențelor între regimurile de impozitare și nivelul cotelor de impunere, obiectivul principal al acestei cercetări este de a analiza situația actuală a UE în domeniul armonizării TVA, dar și de a deduce care ar fi perspectivele evoluției acestui domeniu.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Taxa pe valoarea adăugată a fost introdusă pentru prima dată în 1954 în Franța. În 1967, statele membre ale Comunității Economice Europene au convenit să înlocuiască sistemele lor naționale de impozitare a cifrei de afaceri cu un sistem comun de TVA. De atunci, TVA a fost introdusă în aproape 140 de țări din întreaga lume. [1]

Deși armonizarea fiscală la nivel comunitar a fost prevăzută de Tratatul UE și se dorea inițial a fi un obiectiv imediat, acest proces s-a impus cu dificultate, întâmpinând o serie de obstacole determinate de faptul că obiectivele politici fiscale ale Comunității Europene și cele ale statelor membre, au fost și sunt diferite. Comunitatea are ca obiectiv realizarea uniunii economice și monetare, în timp ce statele membre au ca obiectiv imediat asigurarea resurselor fiscale necesare îndeplinirii responsabilității lor naționale și acoperirii cheltuielilor publice, animate de dorința de a utiliza în continuare fiscalitatea ca pârghie financiară, economică și socială.[2]

În statele membre ale Uniunii Europene, nivelul taxei pe valoarea adăugată este diferit, ceea ce duce la diferențe de competitivitate între state și la o lipsă de coerență fiscală la nivel comunitar. Mai exact, valoarea TVA variază între un maxim de 27% în Ungaria și un minim de 17% în Luxemburg.

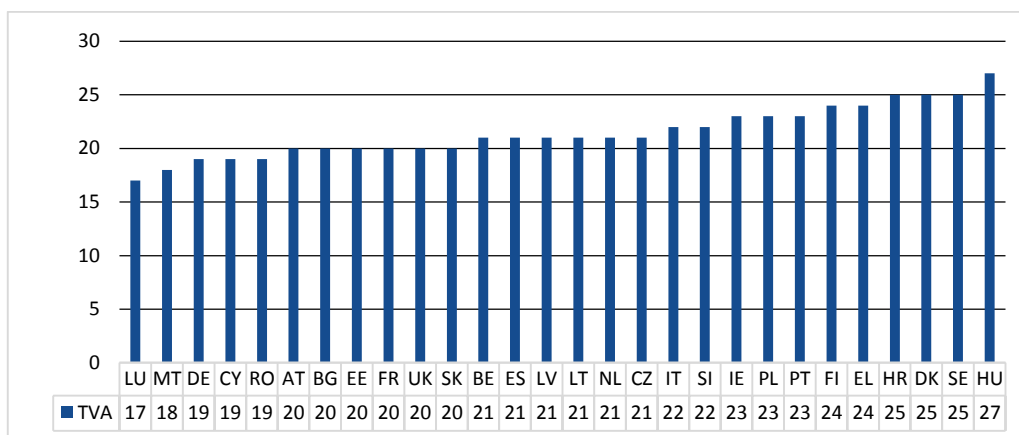


Figura 1: Cotele de TVA aplicate în statele membre ale UE

Sursa: Date prelucrate de autor după: [4]

Avantajele armonizării fiscale ar fi: eliminarea obstacolele fiscale din calea activităților transfrontaliere, reducerea evaziunii fiscale și prevenirea dublei impozitări la nivelul operațiunilor intracomunitare. Pe de altă parte, însă o menținere a concurenței fiscale permite statelor creșterea competitivității naționale și a competitivității UE în ansamblul său, atragerea investițiilor străine și dezvoltarea celor prezente și creșterea performanței politicii fiscale naționale.

Unul dintre angajamentele asumate de Republica Moldova prin semnarea Acordului de Asociere este armonizarea treptată a legislației naționale din domeniul impozitelor și taxelor indirecte la cele aplicabile la nivel european. În acest context, va fi necesară transpunerea directivelor și regulamentelor UE în legislația națională. Potrivit planului național de acțiuni pentru implementarea Acordului de Asociere Ministerul Finanțelor și Serviciul Fiscal de Stat sunt autoritățile care vor asigura elaborarea modificărilor la cadrul fiscal aplicabil. Potrivit calendarului de armonizare, Republica Moldova urmează să-și redefească întreg sistemul de TVA. În termen general de 10 ani de la intrarea în vigoare a Acordului de Asociere. Pe lângă taxa pe valoare adăugată, planul mai vizează și alte domenii, precum accizele și taxele vamale. Cele mai importante aspecte ce derivă din Directiva TVA se referă la persoane impozabile, noțiunea de operațiuni taxabile, locul operațiunii taxabile, cote TVA, precum și scutiri de TVA. Implementarea legislației europene va reprezenta un proces destul de complex, pe parcursul căruia, atât autoritățile responsabile cât și mediul de afaceri vor trebui să depună un efort considerabil pentru înțelegerea și aplicarea noilor reguli. [3]

CONCLUZII. Uniunea Europeană a făcut de-a lungul timpului eforturi considerabile pentru armonizarea TVA, totuși încă se mențin diferențe esențiale cu privire la numărul și nivelul cotelor de impozitare, deoarece Uniunea Europeană nu are dreptul să impună o standardizare la nivelul acestora. În consecință, nivelul și numărul cotelor de impozitare diferă foarte mult de la un stat la altul, în funcție de politica fiscală proprie și de necesitățile fiecărui stat în parte. În ceea ce privește R. Moldova consider că avem nevoie de o politică fiscală sustenabilă, care să diminueze deficitul bugetar și să stimuleze investițiile, doar astfel poate fi asigurată o creștere economică de durată.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. LIVRE VERT sur l'avenir de la TVA Vers un système de TVA plus simple, plus robuste et plus efficace /* COM/2010/0695 final */. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52010DC0695&from=ro>
2. CHILAREZ, D., ENE, G.-S. *Armonizare și competiție fiscală la nivelul Uniunii Europene*. Disponibil: http://www.strategiimanageriale.ro/images/images_site/articole/article_3a5744edeef192e0d12f8e9a8446293c.pdf
3. T. Stavinschi, A. Timotin, Configurarea sistemului de T.V.A. în urma implementării Acordului de Asociere dintre Republica Moldova și Uniunea Europeană. Disponibil: https://www.pwc.com/md/en/publications/assets/pwc_rm_ue.pdf (accesat la data de 05.04.2019)
4. *TVA - norme și cote*. Disponibil: https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index_ro.htm (accesat la data de 05.04.2019)

THE EFFECTS OF TAX EVASION UPON THE ECONOMY OF REPUBLIC OF MOLDOVA

EFECTELE EVAZIUNII FISCALE ASUPRA ECONOMIEI REPUBLICII MOLDOVA

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC: BERGHE NADEJDA, lect. univ.
str. Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, R. Moldova
e-mail: lectorase@yahoo.com

NUME AUTOR: BIVOL CĂTĂLINA, FB 171
str. Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, R. Moldova
e-mail autor: catybivol@gmail.com

Abstract. *Tax evasion is one of the most complex economic and social phenomena that today's states face and whose unpleasant consequences are trying to limit them. The causes of the phenomenon of tax evasion include: the fiscal pressure, the weakness of the public administration, the lack of a well-organized fiscal control, the insufficient tax education of the taxpayers. Thus, the direct effect of the evacuation phenomenon creates a "vicious circle", which is characterized by the fact that, with the occurrence of tax evasion, tax revenues are reduced to the state budget. Consequently, there is an increase of fiscal pressure by the state on taxpayers and, hence, it goes where it started.*

Cuvinte cheie: *evaziune fiscală, taxe, evaziune licită, evaziune ilicită, firme fantomă, impozite, pârghie.*

INTRODUCERE.

Evaziunea fiscală reprezintă sustragerea unor persoane fizice sau juridice de la plata impozitelor sau taxelor. Aceasta se manifestă adesea prin denaturarea informațiilor ce sunt raportate la autorități, precum declararea unor venituri sau profituri mai mici decât în realitate, sau mărirea artificială a cheltuielilor. Aceasta are un impact major asupra evoluției economiei unei țări, prin crearea unui dezechilibru major la nivel macroeconomic, incidentele fiind de natură politică, financiară, economică și socială.

CONȚINUTUL DE BAZĂ.

Sub aspect economic, evaziunea fiscală distorsionează fenomenul concurențial, cu consecințe negative asupra formării prețurilor. Impozitele reprezintă una din sursele importante de constituire a veniturilor bugetului și, în același timp, o pârghie destul de eficientă prin intermediul căreia statul poate stimula dezvoltarea și desfășurarea activității economice.

Sub aspect politic, orice campanie electorală ce are loc, în mod obligatoriu va pune ca sarcină lupta cu: corupția, economia tenebră și asigurarea principiului supremației legii. Ținând cont de faptul că aceiași contribuabili sunt în același timp și alegători, este foarte ușor de dedus care vor fi rezultatele alegerilor pentru formațiunile politice care au fost la guvernare și n-au întreprins nimic esențial pentru înlăturarea fenomenelor negative care afectează echitatea contribuabililor.

Efectul cu caracter financiar se referă la faptul că este afectat echilibrul bugetar prin generarea de deficite bugetare și de costuri suplimentare aferente împrumuturilor publice.

Din punct de vedere social, evaziunea fiscală modifică redistribuirea veniturilor, creând și adâncind inegalitățile dintre contribuabili, prin eludarea capacității contributive a unora și agravarea situației financiare a altora. De asemenea, acest fenomen, reprezintă principala sursă de alimentare a unei economii parazitare, care se dezvoltă, în paralel, cu economia reală, numită în termeni uzuali economia subterană (sau tenebră, neobservată). Dimensiunea, precum și avansarea acestui fenomen, în Republica Moldova, face ca el să fie atât de real, încât prezența lui a devenit cotidiană în toate zonele economice generatoare de venit.

În general, sectorul neformal al economiei, de la care statul nu percepe taxe, include fabricarea ilegală a produselor de calitate, a produselor contrafăcute de calitate joasă, a produselor neînregistrate și comerțul neautorizat, atunci când taxele de vânzare a bunurilor nu sunt colectate în favoarea trezoreriei statului. De asemenea, sunt incluse și alte activități: prostituția, traficul de droguri etc. O

altă parte componentă a economiei neobservate reprezintă remunerarea salarială în plic și salariile lucrătorilor în lipsa contractului de muncă. Tratarea și conturarea formelor evaziunii fiscale, sub aspect juridic, delimitează două tipuri: evaziune licită și cea ilicită. Delimitarea între evaziunea fiscală legală (licită) și evaziunea fiscală ilegală (frauda fiscală) reprezintă una dintre cele mai delicate chestiuni ce țin de evaziunea fiscală.

Deci, prin **fraudă fiscală**, se înțelege orice acțiune a contribuabilului ce încalcă prevederea fiscală (comportând un caracter intenționat), cu scopul de se a sustrage de la plata impozitelor și taxelor datorate la buget. Printre principalele forme ale acesteia, se numără: întocmirea de declarații false; nedeclararea materiei impozabile; declararea de venituri impozabile inferioare celor reale; contabilizări de cheltuieli și facturi fictive; vânzările făcute fără factură, precum și emiterea de facturi fără vânzare efectivă, care ascund operațiunile reale supuse impozitării; crearea unor întreprinderi fantome, falimentul intenționat și fictiv; executarea de registre de evidențe duble etc.

Prin **evaziune fiscală legală**, se înțelege acțiunea contribuabilului de a ocoli legea, recurând la o combinație neprevăzută a acesteia și, deci, „tolerată”. Ea nu poate fi posibilă decât datorită unei inadvertențe sau lacune a legii și e frecventă atunci când apar noi forme de întreprinderi, noi categorii de impozite sau modificări în legislație. Aici, ne putem referi la: abținerea de la exercitarea activității ale cărei rezultate sunt 151 supuse impozitării; utilizarea la maximum a facilităților fiscale prevăzute de legislație; scăderea din veniturile impozabile a cheltuielilor permise spre deducere, însă, într-un quantum mai mare decât cel justificat din punct de vedere economic; cota de 0% TVA la export și restituirea TVA etc.

Cauzele evaziunii

Cauzele evaziunii fiscale sunt multiple și complexe. În primul rând, o cauză o constituie tocmai excesivitatea sarcinilor fiscale, care însă are drept motive tocmai amploarea pe care o are acest fenomen. Din acest punct de vedere, se poate vorbi despre un adevărat cerc vicios, deoarece, cu cât presiunea fiscală este mai mare, cu atât fenomenul evaziunii fiscale capătă amploare, și, cu cât evaziunea fiscală este mai mare, cu atât sarcina, și deci și presiunea fiscală vor presa contribuabilii care își îndeplinesc obligațiile legale. O altă cauză a evaziunii fiscale o reprezintă absența unei legislații fiscale clare, precise, unitare și mai ales stabile care să îngreuească posibilitățile contribuabililor de a recurge la astfel de practici. În final, o altă cauză majoră, o constituie insuficiența educației cetățenești (fiscale) a contribuabililor, dar și excesul de zel al organelor fiscale, predispuse uneori la încălcarea drepturilor și intereselor legitime ale plătitorilor de impozite.

	2016(mil.lei)	2017(mil.lei)	2018 (mil.lei)
”Salariu în plic”	5,7	15,9	23,7
Muncă nedeclarată	2,6	3,0	4,2

Efectuat de către autor în baza Raportului de activitate al SFS (disponibil www.fisc.md)

Procedeele prin care este săvârșită evaziunea fiscală.

Procedeele prin care este săvârșită evaziunea fiscală frauduloasă (ilicită) sunt numeroase, determinarea totală a lor fiind imposibilă. Realizarea evaziunii fiscale ilicite implică dezvoltarea unei adevărate proceduri de încălcare a legii, având drept scop ascunderea cât mai bine a faptelor ilicite. Cu acest scop, de-a lungul vremii, evaziioniștii și-au construit și perfecționat diverse tehnici de fraudare. Frauda fiscală se manifestă sub diverse modalități, astfel:

1. Frauda fiscală artizanală are, ca și caracteristică majoră, faptul că ea este definită mai puțin de modalitățile de săvârșire sau de amploarea sustragerilor de la plata impozitelor, decât de modul izolat, pe cont propriu, de acțiune al autorilor ei. Într-o asemenea situație, făptuitorul acționează singur sau, cel mult, în forme clasice de participare penală, sfera acestor participanți mărginindu-se la nivelul salariaților din firmă, familie, prieteni, parteneri de afacere. Frauda artizanală este un

fenomen aproape cotidian, mergând de la o banală diminuare a prețului real de vânzare a unui imobil, până la omiterea înregistrării veniturilor în contabilitate sau majorarea cheltuielilor deductibile.

2. Frauda fiscală industrială, se realizează printr-o divizare a acțiunii prin care se săvârșește fraudă, în cadrul unei rețele subterane, care are rolul de a sprijini și acoperi operațiunile fictive. În acest caz, sunt implicate mai multe persoane fizice și/sau juridice, pentru realizarea, de regulă, de profituri foarte mari, prin sustragerea, în mod fraudulos, de la plata impozitelor.

3. Firmele fantomă aduc pierderi de milioane bugetului de stat, însă legislația în vigoare nu favorizează combaterea fenomenului. Cei care intenționează să spele bani, recurg de obicei la înființarea firmelor fantomă. Inițial se identifică persoanele care sunt dispuse să înregistreze pe numele lor firma. De obicei contra unei sume de bani, cuprinsă între 100-250 de euro. Sau în alte cazuri firma este înregistrată pe numele unei persoane cu deficiențe mintale. Ulterior ștampila și actele de înregistrare trec pe mâna administratorului neidentificat care gestionează afacerea, eschivându-se astfel de la plata impozitelor și a TVA-ului prin diferite mașinării contabile. Persoana, pe numele căreia e înregistrată întreprinderea fantomă,

este influențată de o altă persoană ce rămâne în umbră. Aceasta pentru o sumă de bani acceptă să devină fondator, pe când ștampila și actele se află în posesia proprietarului adevărat al afacerii care și derulează activitatea. În spatele firmelor fantomă stau echipe de contabili foarte bine instruite, care fac rapoarte contabile fictive și le prezintă Fiscului. Însă, de cele mai multe ori în rapoarte lipsesc transferurile bancare care au fost făcute și ce mărfuri au fost eliberate pe facturile fiscale. Astfel, dacă real ar trebui să achite TVA în sumă de 1 mil. de lei, în realitate se plătește 2000 -3000 de lei. Fondatorul firmei, de fapt nu figurează în nici un document contabil și nu semnează nici un act. Astfel se creează un vacuum în legislație: nu poate fi trasă la răspundere nici persoana pe care e înregistrată compania și de bună voie a transmis actele și ștampila, dar nici persoana neîmputernicită să administreze afacerea.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI.

Evaziunea fiscală este un fenomen larg răspândit în Republica Moldova și denotă o insuficiență legislativ-normativă în domeniul bugetar-fiscal și a contracărării manifestărilor acestuia. Procesul de combatere a evaziunii fiscale are conotații politico-electorale și prin aceasta este lovit de ineficiență și lipsă de suport din partea cetățenilor. Comportamentul evazionist al contribuabililor este deseori încurajat de funcționarii coruptibili din domeniu. Pentru combaterea efectivă a evaziunii fiscale se văd câteva măsuri, care trebuie întreprinse fără întârziere:

- ✓ Perfectarea cadrului legal-normativ existent.
Eficientizarea continuă a instituțiilor de combatere a evaziunii fiscale prin eliminarea persoanelor coruptibile.
- ✓ Simplificarea sistemului de impozitare în vigoare.
- ✓ Transparentizarea sistemului, procesului și rezultatelor combaterii evaziunii fiscale.
- ✓ Încurajarea colaborării agenților economici onești cu organele de combatere a fenomenului.
- ✓ Promovarea de programe publicitare informativ-instructive accesibile pentru cetățenii de rând.“

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. BUDIANȘCHI, Dumitru, LUPUȘOR, Adrian, FALĂ, Alexandru, MORCOTÎLO, Iurie. Discrepanța fiscală – o realitate invizibilă. Disponibil: <http://expert-grup.org>
2. COSTANDACHI, Gheorghe. Moldova pradă a economiei subterane și evaziunilor fiscale. Disponibil: <http://viitorul.org>
3. ENE, Corina Maria, BĂLAN, Mariana. Evaziunea fiscală – între legalitate și ilegalitate. Mecanisme ale economiei subterane. Disponibil: <http://aimr.univath.ro>
4. OPREA, Andreea. Studiu comparativ al evaziunii fiscale într-o țară dezvoltată vs. o țară emergentă (Belgia vs România). Disponibil: <http://www.fin.ase.ro>
5. POPA, Ana, LUPUȘOR, Adrian, ROȘCA, Iulian. Economia informală în Republica Moldova: O analiză cuprinzătoare. Disponibil: <http://expert-grup.org>

6. www.statistica.md
7. ȘAGUNA, D. D., Drept fiscal. Fiscalitate. Obligații fiscale. Declarații fiscale – conform noilor reglementări fiscale, București, Editura C. H. Beck, 2016;
8. ȘAGUNA D.D., TUTUNGIU M., Evaziunea fiscală (pe înțelesul tuturor), București, Editura Oscar Print, 1995;
9. Codul Penal al Republicii Moldova. Disponibil: <http://lex.justice.md/md/331268/>;
10. Codul Fiscal al Republicii Moldova.

TAX HAVENS - THE WAY TO CORRUPTION AND POVERTY

PARADIS FISCAL – CALEA SPRE CORUPȚIE ȘI SĂRĂCIE

CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC: DR., CONF. UNIV., ANDREI PETROIA
Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Bănulescu-Bodoni 53
e-mail: petroia5@hotmail.com
AUTOR: VALERIA TAMAȘCIUC
Academia de Studii Economice a Moldovei, str. Bănulescu-Bodoni 53
tamasciucvaleria@gmail.com

ABSTRACT: Tackling poverty is one of the great challenges of our age. But if we do not address inequality, generated by tax paradises, we will never understand poverty. The goal of this paper is to help the reader understand the real world of tax havens and the drastic contrast caused by these in the global community.

Key-words: *tax havens, poverty, tax evasion, money, wealth, inequality, off-shore*

JEL CLASSIFICATION: E21, H26, H72

INTRODUCERE. Globalizarea afacerilor și existența breșelor în cadrul sistemului financiar internațional au constituit un climat favorabil pentru dezvoltarea paradisurilor fiscale; În ultimul timp însă ordinea economică globală impune noi parametri relațiilor economice internaționale, ori participarea zonelor off-shore în economia mondială a sporit preocuparea unor instituții de anvergură precum Comisia Europeană, OCDE⁶, FATF⁷, ș.a. vis a vis de potențialele riscuri pe care le însumează în sine aceste zone.

CONȚINUTUL DE BAZĂ. Paradisurile fiscale se află în centrul unui sistem global care permite companiilor transnaționale și persoanelor cu venituri și averi considerabile să evite plata cotei lor echitabile, generând un contrast dramatic în economia globală. Conform datelor furnizate de Banca Mondială[1], în 2015, peste 7.36 mln de persoane din întreaga lume supraviețuiau cu mai puțin de 1.90\$ pe zi, trăind în condiții de sărăcie extremă, în timp ce oamenii bogați devin din ce în ce mai bogați. Principalul motiv al acestor drastice decalaje este faptul că paradisurile fiscale, unde bogații își redirecționează averile recurgând la evaziune fiscală privează guvernele de resursele de care au nevoie pentru a furniza servicii publice vitale. Iată de ce, aceste zone se transformă, treptat, în cea mai sigură cale spre corupție și sărăcie.

Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare[2] definește paradisul fiscal ca un teritoriu care:

- Nu are taxe sau are doar taxe nominale și este perceput ca un loc care poate fi utilizat de nerezidenți pentru a scăpa de impozitele din țara de rezidență;
- Este caracterizat prin lipsa transparenței, refuzul de a comunica altor societăți informații juridice și de ordin financiar, nivel înalt de protecție a secretului afacerilor; existența unor autorități guvernamentale insensibile la presiunile exterioare, etc.

O listă a paradisurilor fiscale a fost publicată, recent, de Tax Justice Network [3]. Aceasta cuprinde destinații precum Elveția, SUA, Insulele Cayman, Hong Kong, Singapore, Luxemburg,

⁶ OCDE – Oorganizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică

⁷ FATF – The Financial Action Task (Grupul de Acțiune Financiară)

EAU, Bahamas, Monaco, Liechtenstein, Costa Rica, etc. Și Comisia Europeană a publicat, în 2019, un studiu în acest sens [4], care includea lista a 30 paradisuri fiscale, cotate drept *jurisdicții fiscale necooperante* (țări care au refuzat angajamentul față de UE în vederea abordării unei bune guvernante fiscale).

Mai nou, conform unui studiu efectuat de Oxfam [5], la momentul de față, 26 miliardari din lume dețin venituri mai mari decât cea mai săracă jumătate a populației (apr. 3,5 mlrd oameni). An de an, decalajul dintre bogați și săraci devine din ce în ce mai amplu, alimentat fiind, în mare parte, de utilizarea paradisurilor fiscale. Studiul elaborat de James Henry în acest sens arată că estimările cu privire la „cât de multă bogăție este ținută off-shore” ajung la o sumă de \$7.6trln (estimare minimă, ce nu însumează în sine bunuri imobiliare, iahturi, obiecte de artă și istorice, etc).

Din suma averilor ascunse pe teritoriul paradisurilor fiscale, se presupune că 80% este nedeclarată și, prin urmare, nu este taxată. În consecință, conturile off-shore costă guvernele din întreaga lume aproape \$200 mlrd impozite neplătite [6].

Un exemplu elocvent ce arată în detaliu cum banii ajunși în conturi off-shore lasă în spate sărăcie și o serie de probleme vitale, este cel al țărilor africane, problemă abordată de Forumul Economic Internațional [7], care prezintă într-un raport din 2016 informațiile ce urmează: „Taxele fiscale africane pierdute ca urmare a averilor personale ascunse în paradisurile fiscale ar fi suficiente pentru a salva viața a 4 mln de copii și 200 000 de mame. Ar putea preveni moartea a aproape un milion de persoane...și, cel mai important, ar putea angaja suficienți profesori pentru a educa fiecare copil din Africa”. Ne dăm seama că cele 30% din bogăția Africii care a fost organizat deplasată spre zonele off-shore și care ar fi echivalentul a cca \$14 mlrd, este o contribuție pierdută enormă, cu valoare indubitabilă și incomparabilă, atât la nivel de state, cât și la nivel mondial, ori cifrele vorbesc de la sine.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI. Chiar dacă activitatea paradisurilor fiscale a fost constrânsă în contextul presiunilor internaționale, multe state acceptând colaborarea și schimbul de informație fiscală, calea spre transparență și excludere a secretului fiscal este încă una lungă. Principala cauză rămâne a fi slaba cooperare a autorităților locale întru implementarea unor standarde internaționale care să identifice sursa și orientarea averilor ascunse în paradisurile fiscale. În acest sens, consider oportune următoarele recomandări ce țin de subiectul expus:

- Introducerea unor reguli de prezentare obligatorie a tranzacțiilor care sunt orientate spre paradisurile fiscale dar și a penalităților prevăzute pentru tranzacțiile nedivulgate;
- Constrângerea activității, urmată de privarea dreptului de exercitare a activității tuturor subiecților ce recurg cu preponderență la serviciile paradisurilor fiscale, practicând evaziune fiscală în masă;
- Sporirea acțiunilor de verificare ce țin de respectarea dispozițiilor cu privire la declarațiile obligatorii și evenimentele fiscale abuzive;
- Semnarea acordurilor de schimb de informații fiscale între diverse regiuni (acțiune promovată momentan de UE) și conlucrarea organelor fiscale la nivel de diverse state ș.a.

BIBLIOGRAFIE

1. Poverty and Shared Prosperity. 2018 www.worldbank.org/en/topic/poverty/overview
2. www.oecd.org/ctp/glossaryoftaxterms.htm
3. Tax Havens. www.taxjustice.net/faq/tax-havens/
4. Common EU list of third country jurisdictions for tax purposes. https://ec.europa.eu/taxation_customs/tax-common-eu-list_en
5. The top 26 billionaires own \$1.4 trillion - as much as 3.8 billion other people. <https://edition.cnn.com/2019/01/20/business/oxfam-billionaires-davos/index.html>
6. ZUCMAN G. Who Owns the Wealth in Tax Havens? <https://gabriel-zucman.eu/files/AJZ2017b.pdf>
7. Where are the world's tax havens, and what are they used for? www.weforum.org/agenda/2016/04/where-are-the-worlds-tax-havens-and-what-are-they-used-for/
8. LOBANOV, Natalia. *Paradisurile fiscale și combaterea concurenței în Uniunea Europeană* Jean Monnet Publication, Chișinău, 2017. p.15-30

SECȚIUNEA XII: Evoluții pe piețele financiare

THE PERSPECTIVES OF IMPLEMENTING OF MUNICIPAL BONDS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

PERSPECTIVELE IMPLEMENTĂRII OBLIGAȚIUNILOR MUNICIPALE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Scientific adviser: BILOOCAIA Svetlana, PhD, Assoc. prof.,
AESM, Republic of Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: biлоocaiasvetlana@gmail.com

Author: MURZAC Alexandru
License's student, 2 year, FB-173
AESM, Republic of Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: murzac.alexandru@gmail.com

Abstract: *Republica Moldova rămâne a fi o țară neatractivă pentru investițiile din exterior, iar orașele primesc finanțări numai prin metode tradiționale, cum ar fi creditele sau granturile. Aceasta încetinește dezvoltarea rapidă a orașelor și ele nu pot tinde a deveni "smart cities". Scopul acestei lucrări prevede vederea perspectivei încadrării obligațiunilor municipale pentru Republica Moldova. Obligațiunile municipale sunt o formă de finanțare alternativă, reprezentând un imbold pentru dezvoltarea nu numai orașelor, ci și pieței de capital.*

Cuvinte-cheie: *obligațiuni municipale, autorități publice locale, obstacole*

JEL classification: E22, H74, R51

1. INTRODUCTION:

Municipal bonds would play a key role in the development of Moldavian cities. By buying them, citizens may contribute to that, thus, accelerating the process. Thomas Kenny stated that "municipal bonds provide the lower-risk returns appropriate for conservative investors and those nearing or already in retirement". They are generally used to finance projects of local significance like building of hospitals, schools, repairing of roads and highways, etc. Unlike government bonds, which are usually guaranteed by the Ministry of Finance and the Government, municipal bonds are guaranteed by the patrimony of the City Halls. Due to their status, their major advantage is that they are mostly free from local and state taxes.

2. PROPOSED REASEARCH METHODS:

This article is based on such research methods as: graphical method, documentary method, data method, method of synthesis and comparative analysis method. Analysis are found on the data obtained from Financial Supervision Authority (FSA), Bucharest Stock Exchange (BVB), etc.

3. RESEARCH OF EMPIRICAL ASPECTS:

Through the issuance of municipal bonds, there occur alternative new ways of investing, besides credits or grants. Due to the newly established completion, the interest rates on borrowed resources will eventually fall. The accumulated resources will help cover deficits and gaps in local budgets. The high degree of safety and liquidity of municipal bonds will allow local governments to classify them as the best instruments for financing investment projects of local and, perhaps, national importance. Successful implementation of municipal borrowing loans will positively influence the investment climate in regions and will boost the development of capital market infrastructure, an essential element of the developed market economy. Borrowing municipal bonds to finance community needs is a convincing indicator of the advancement of the fiscal decentralization process and the advanced degree of local financial autonomy.

In the *Law on capital market* is stipulated that bonds can be issued by JSCs, LTDs, and local public authorities. This means that there is already ground for issuing them. In the *Law on public finances*, the executive authorities at the discretion of authorized bodies may contract short-term and long-term loans for capital expenditure by issuing bonds. Finally, there is the regulation of 13th April 2018 regarding the registration of bonds issued by the local public authorities. In this regulation is thoroughly described the whole process of emission, placement, circulation and redemption of said bonds. Unfortunately, the tax exemption from the state securities provided by the Fiscal Codex, does not extend to interest on municipal bonds, which brings unequal conditions on the securities market, creating a disadvantage to them.

Unfortunately, there have not been any issuances of municipal bonds in the Republic of Moldova, so, in order to specify the advantages, there was analysed the experience of Romania during 2015 when there were issued bonds with total value of 2.2 bln RON (fig.1). Bucharest City Hall borrowed 2.2 bln RON at interest rates between 2.8% and 5.1%. The issuance was a real success, investment funds and banks demanded twice more securities than those put on sale (demand 4.2 bln RON). The bond issue had a maturity of 3, 5, 7 and 10 years and had been made to refinance a previous 500 million Euros bond issue in 2005 that had had an objective to repair the Basarab Overpass. As you see, the biggest investors are Commercial banks with a stake of 40%.

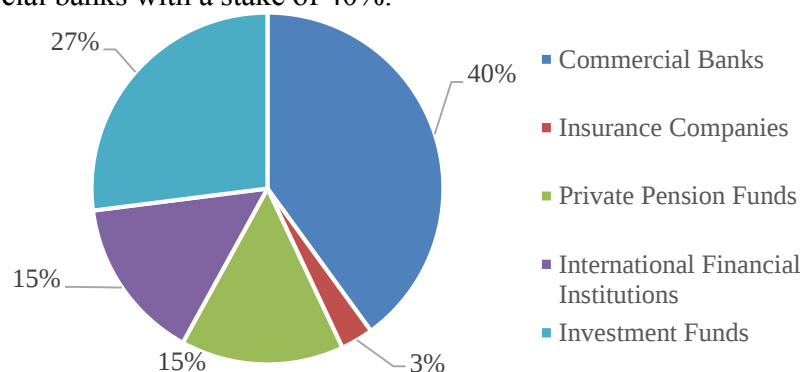


Figure 1: Main types of investors in Bucharest municipal bonds, 2015

Source: elaborated by the author based on data of *Bucharest Stock Exchange*

CONCLUSION:

The issuance of municipal bonds in the Republic of Moldova has a high possibility. We do not need that much, we do have interesting projects to be accomplished and already two municipalities where they can be done (Chișinău and Bălți). By looking at the experience of Romania, we see that a lot of financial institutions participate on the muni market, unlike in our situation. We do not have investment funds, insurance companies reluctantly participate on the capital market and our country does not have private pension funds. If we can improve our investment attractiveness, develop financial infrastructure and educate our people well in this point, the issuance of bonds (all types of bonds, not only municipal), we will have plenty of investors, foreign and local. By having investors, we will be able to create a decent capital market and more importantly, a highly developed country with "smart cities".

Bibliography:

- 1.STRATULAT, Oleg. Oportunități de emitere a obligațiunilor municipale în Republica Moldova Dezvoltare durabilă și energii regenerabile. Unicersitatea Spiru Haret București – Editura Fundației România de Măine sub redacția lui Corbu Ion. 2009-11-15. ISBN 978-973- 163-510-1
- 2.<https://asfromania.ro/>
- 3.<http://www.bvb.ro/>
- 4.<https://www.ebrd.com/>
- 5.<http://lex.justice.md/>

METHODS OF FORMING AND STRENGTHENING OF CAPITAL IN THE DIGITAL AGE

MODALITĂȚI DE FORMARE ȘI CONSOLIDARE A CAPITALULUI ÎN ERA DIGITALĂ

ȚURCAN LIUDMILA

ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: milavip@inbox.ru

CONSTANDOGLO ECATERINA

ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: queenk1809@gmail.com

BAHCIVANJI NICOLAI

ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: kolian2409@mail.ru

Abstract. *It is impossible to get anything in the future if nothing is done for it in the present. Not everyone understands that absolutely everyone is engaged in investing in the modern world. In fact, even education is a special type of investment, as it is a contribution to the future, because it is quality education that will help you to find a good job with a decent wage. Unfortunately, in Moldova the level of financial literacy is at a rather low level. The result is a lack of proper knowledge about the prospects for financial investments. Most residents believe that only credit organizations, government agencies, and large companies can invest in investment. In fact, absolutely everyone can invest, especially considering modern methods that are available anywhere in the world. It is enough to have the desire, as well as theoretical and practical training.*

ВВЕДЕНИЕ. Инвестирование отображает важнейшее правило жизни человечества: получить что-либо в будущем невозможно, если ничего не сделать для этого в настоящем.

Отсюда можно вывести основной смысл инвестиций: они представляют собой умственные, денежные, материальные вложения, которые в перспективе приведут к получению дохода через короткий или длительный срок.

К сожалению, в Молдове уровень финансовой грамотности находится на довольно низком уровне. Результат – отсутствие правильных знаний о перспективах финансовых вложений. Большинство жителей считают, что инвестиционной деятельностью могут заниматься только кредитные организации, государственные органы, а также крупные компании. На самом же деле заняться инвестициями может абсолютно каждый, особенно учитывая современные методы, которые доступны в любом уголке мира. Для этого достаточно иметь желание, а также теоретическую и практическую подготовку.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ. *Способы формирования и увеличения капитала в виртуальном пространстве.* Краудфандинг—это сбор средств среди заинтересованных людей на запуск и реализацию некоторого проекта. Также с помощью краудфандинга собираются средства для помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, политическим активистам в их кампаниях, финансирования стартапов, программного обеспечения, игр и многого другого.

ICO - это выпуск каким-либо проектом токенов, предназначенных для оплаты услуг площадки в будущем — в виде криптовалюты.

Появление ICO связано с общей популяризацией криптовалют и общедоступностью этого вида краудфандинга. Чтобы запустить криптовалютный стартап, не нужно проводить аудиты, брать кредиты и не нужно никаких гарантий. Достаточно иметь средства и идею, чтобы инициировать ICO. То есть, человек, у которого есть лишь идея, через ICO может

собрать достаточное количество инвестиций для развития своего проекта. Теоретически реализовать все реально без собственного капитала. Из-за полного отсутствия регулирования и отсутствия ответственности, ICO и становятся такими популярными.

ICO, Initial coin offering, («первичное предложение монет») — форма привлечения инвестиций в виде продажи инвесторам фиксированного количества новых единиц криптовалют, полученных разовой или ускоренной эмиссией.

Первоначально ICO сравнивали с эмиссией акций, или IPO – Initial Public Offering («первичное размещение акций»). Но токены, полученные в следствии ICO далеко не акиии В чем же разница между ICO и IPO?

Таблица 1

Характеристика	IPO	ICO
1. Форма эмиссии	Акции Осязаемые	Токены Неосязаемые
2. Форма оплаты	Фиатные деньги	Реальные деньги
3. Форма обращения	Четкие регулируемые институциональные механизмы (биржа, регистраторы, депозитарий)	Виртуальная платформа, зачастую не имеющая определенной юрисдикции
4. Доходы	Дивиденды – часть прибыли	Часть прибыли, Bounty или курсовая разница при выкупе
5. Права собственности на бизнес	Передаются при эмиссии	Не передаются
6. Рынок	Регулируемый	Нерегулируемый

Источник: составлено авторами на основе курса лекций КОЧУГ В.

Коме указанных на слайде можно отметить и тот факт, что случае размещения акций на биржах придется выполнить намного больше обязательных условий. Также для участия в капитале крупной компании (покупки хотя бы 1 акции) приходится вкладывать солидные деньги.

В ICO все намного доступнее. Размер инвестиции начинается с маленьких сумм. А ведь еще есть и Bounty - вознаграждение, предлагаемое создателями ICO за определенные услуги.

Что нужно для ICO:

- Хорошая идея
- Платформа для регистрации
- Платформа для осуществления продажи
- Бизнес-план, который еще называют White Paper (белая книга).
- Четкие временные рамки осуществления бизнес-плана -Roadmap (дорожная карта)
- Первоначальный капитал на презентацию проекта
- Хорошая рабочая команда
- Гаранты
- Банк ,который будет конвертировать токены в реальные деньги.

White Paper. Это своего рода описание ICO. В нем подробно раскрывается суть идеи, насколько она инновационная и перспективная. Описываются методы ее реализации – раскрываются технические, маркетинговые детали стартапа. Это своего рода «брошюра», после прочтения которой, человек понимает всю суть проекта.

Roadmap. Это хронология развития проекта. Первой точкой «карты» считается момент анонса идеи и начала сбора инвестиций. Roadmap отображает как пройденные этапы, так и запланированные события ICO. Такие как старт продаж, выход на биржу, достижение определенной цели.

Этапы ICO:

1. Предварительный анонс. Инициаторы ICO рассказывают публике в общих чертах свою идею.
2. Оферта. Это предложение о сотрудничестве. В случае с ICO – об инвестировании.
3. Маркетинговая кампания. Когда к запуску ICO почти все готово, начинает раскручиваться рекламный «маховик».
4. Старт продажи. Полноценный запуск продажи токенов называемый краудсейлом или токENSEЙЛОМ.

Правила «успеха» ICO:

- Обоснование необходимости инвестиций и выпуска токенов;
- Раскрытие модели развития стартапа и технических моментов работы;
- Анонс необходимого размера инвестиций и примерные статьи расходов;
- Наличие бета-версии еще до запуска ICO, чтобы публика могла оценить продукт;
- Публичность команды проекта. Это вызывает больше доверия у сторонних инвесторов;
- Описание механизма добычи токенов и их ценность внутри системы;
- Применение Escrow-счета для сбора инвестиций – то есть, использования третьей стороны для привлечения капитала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Доступность ICO намного превосходит традиционные методы привлечения инвестиций. А учитывая то, что ажиотаж вокруг ICO проектов утих (когда в 2017 году в ICO вкладывались сотни миллионов долларов, а больше половины проектов были пустышками и создавались лишь для вытягивания денег), сегодня этот рынок более стабилизирован и надежен, все больше продвигаются действительно инновационные и перспективные проекты.

Проекты иницируемые через ICO затрагивают абсолютно все сферы деятельности человека, а в ряде государств уже проводится регламентация этого процесса. В скором времени, ICO благодаря всем своим достоинствам станет одним из основных методов инвестирования.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Что такое ICO Доступно: <https://prostocoin.com/blog/what-is-ico> [Дата обращения 18.04.2019 12:00]
2. Что такое ICO и зачем его проводят
3. Доступно: <https://vc.ru/crypto/24383-ico-faq> [Дата обращения 18.04.2019 13:45]

BITCOIN- MONEDĂ ELECTRONICĂ SAU INSTRUMENT INVESTIȚIONAL

BITCOIN - DIGITAL CURRENCY OR INVESTMENT TOOL

Conducătorul științific: dr. conf. univ., Cociug Victoria
Academia de Studii Economice din Moldova
str.Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, R. Moldova
T: 22-41-28; F: 22-19-68

Autor: Varzari Ion, Academia de Studii Economice din Moldova
str.Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, R. Moldova
T: 22-41-28; F: 22-19-68

Abstract. Bitcoin is a cryptocurrency, a form of electronic cash. It is a decentralized digital currency without a central bank or single administrator that can be sent from user to user on the peer-to-peer bitcoin network without the need for intermediaries.

Key words: bitcoin, digital currency, investemnt tool.

JEL: E42, E52

Bitcoin este o monedă digitală descentralizată a sistemului de plăți peer-to-peer cu același nume, în care utilizatorii desfășoară operațiuni în mod independent, fără control centralizat și intermediari. Pentru a asigura funcționarea și protecția sistemului, se utilizează metode criptografice. Valoarea minimă transmisă (cea mai mică fragmentare) a-8 parte din Bitcoin - a fost numită Satoshi în onoarea creatorului Satoshi Nakamoto, deși el însuși a folosit cuvântul "cent" în astfel de cazuri.

Avantajele deținerii și tranzacționării bitcoin-ului sunt următoarele:

- este un sistem descentralizat, nu există o autoritate centrală, cum ar fi o bancă centrală;
- datele personale despre utilizatori sunt ascunse;
- se poate crea o copie de rezervă criptată a monedei virtuale;
- plata se poate face fără ca datele personale să fie asociate cu tranzacția;
- utilizatorii au în permanență controlul tranzacțiilor;
- transfer foarte rapid oriunde în lume;
- nu există limită de sumă pentru transferuri;
- comisioanele sunt variabile, uneori mai mici decât pentru transferul în sisteme clasice.

În același timp bitcoin are și un șir de dezavantaje în utilizare:

- utilizare redusă;
- volatilitatea datorită faptului că moneda este în cantitate limitată, iar valoarea ei este dată de cerere și ofertă;
- ireversibilitatea tranzacțiilor, anularea fiind imposibilă;
- interdicția utilizării anumitor criptomonede în unele țări;
- distribuția neuniformă a criptomonedei între primii utilizatori și cei actuali;
- necesită un înalt nivel de securitate;
- nu toți comercianții acceptă criptomoneda ca metodă de plată.

Dacă urmărim avantajele și dezavantajele tranzacțiilor cu bitcoin, putem constata ca el este utilizat ca un instrument de plată și poate fi asociat mai mult unei monede virtuale. Însă nu toți din cei care îl dețin sunt interesați doar în efectuarea plăților cu el. Unii îl văd ca instrument pentru a păstra și câștiga plusvaloare. În această cercetare mi-am stabilit scopul să identific ce este bitcoin pe piața financiară - o monedă sau un instrument investițional.

Monedele virtuale” existente în lume, în special Bitcoin-ul, nu sunt monede în sensul comun al termenului, nu își îndeplinesc funcțiile asociate unei monede. Ele sunt active virtuale fără acoperire reală și fără garantare de acceptare ca mijloc de plată din partea autorităților monetare în comparație cu monedele emise de băncile centrale și monedele electronice cu utilizare reglementată. În consecință, criptovalutele nu sunt potrivite pentru a fi utilizate ca mijloc de plată și prezintă un grad de investiție extrem de speculativ. Investitorii în aceste active sunt expuși unui risc ridicat de pierdere a mijloacelor investite, nebeneficiind de nicio garanție sau protecție a acestora.

Probleme investiționale

- Aceste active prezintă o volatilitate ridicată și un grad redus de securitate;
- Deținătorii criptovalutelor nu au siguranța că vor putea în viitor recupera valoarea investită sau le vor putea schimba pe bunuri și servicii ori pe monede emise de băncile centrale;
- Tranzacționarea criptovalutelor are loc pe piețele nereglementate și nu asigură protecția investitorilor. În particular, fluctuațiile recente ale Bitcoin-ului implică un mare risc de prăbușire a valorii acestuia.

Pornind de la caracteristicile tehnice ale monedelor virtuale, volatilitatea ridicată și lipsa unor reglementări care ar proteja investitorii, Banca Națională recomandă prudență maximă la luarea deciziilor privind investirea capitalurilor în astfel de active. Totodată, BNM, în calitate de autoritate de supraveghere a persoanelor și entităților licențiate care oferă servicii de plată, schimb valutar sau bancare descurajează implicarea lor în tranzacționarea monedelor virtuale, în scopul evitării riscurilor, inclusiv riscul de spălare a banilor și reputațional.

Deci Bitcoinul este un instrument investițional

- Are un cost care poate depinde de o valoare;
- Nu este dependent de nici un parametru al pieții financiare – nu este instrument financiar;
- Nu depinde de politicile monetare, fiscale, bugetare nici a unui stat;
- Nu depinde de nici o autoritate monetară.

Dacă bitcoin este un activ investițional, deci el are o valoare de referință, față de care se poate constata dacă este oportun de investit și dacă piața este supraîncălzită sau nu. Pentru a identifica valoarea bitcoin, este necesar să menționăm cum el se obține. Actualmente bitcoin se cumpără pe piețele on-line, însă există și un proces care poate fi considerat mai simplu – mining. Mining este procesul de utilizare a puterii computerizate a unui computer pentru a asigura protecție împotriva reutilizării acelorași bitcoinuri în diferite tranzacții. Din punct de vedere tehnic, miningul este calculul unui hash dintr-un antet al blocului, care include, printre altele, o referire la un bloc anterior, un hash dintr-un set de tranzacții și un nonce (un număr aleator utilizat o dată pentru autentificare).

Minerii pentru munca lor sunt recompensați cu bitcoini. Ei sunt gata să ardă energia în același ritm cu răsplata lor. Blocul 498048 a adus minerul 14.6 BTC, iar acesta este un rezultat destul de tipic.

Având în vedere prețurile curente, aceasta este aproximativ egală cu 230 mii dolari. Dacă vom lua costul actual al energiei electrice de la 0,02 dolari / kWh și consumul la 1100 MW, prețul fiecărei unități va fi de 183 MW sau 3.600 dolari.

În cazul în care prețul de bitcoin stabilizează, și suficient de mineri vin pe această piață, în viitorul apropiat ne putem aștepta la o creștere de cinci ori a consumului lor de energie.

Concluzii

În prezent, Bitcoin consumă electricitate foarte ieftină. Minerii, împingându-se unul pe altul, urmărind un consum redus de energie, și oricine consumă peste medie va fi forțat să-și închidă ferma din cauza lipsei de profit. Ca rezultat, rețeaua Bitcoin, de regulă, folosește energie acolo unde este abundentă și nu poate fi stocată sau exportată.

Gazul, uleiul și cărbunile sunt ușor de exportat, astfel încât nimeni nu se simte confortabil cu fermele de bitcoin unde este principala sursă de energie electrică. Este mult mai profitabil de a vinde aceste resurse acolo unde vor fi cumpărate pentru un preț ridicat. În țările în care hidrocarburile sunt dificil de exportat, de exemplu, în țările fără acces la mare, bitcoinul este de asemenea extras cu electricitate "dăunătoare". Însă majoritatea minerilor lucrează la energia electrică din centrale hidroelectrice, gheizere și surse geotermale, care nu pot fi transportate sau stocate. Bitcoin va continua să caute surse de energie ieftine și neutilizate, deoarece mineritul în orașe sau centrele industriale va continua să fie neprofitabil. Este posibil să cheltuiți pe aer condiționat sau să încălziți mai multă apă decât o poate permite un miner.

REFERINȚE:

1. NAKAMOTO, S. *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. 24 mai 2009. Disponibil: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
2. MCLEAY, M, RADIA, A, and THOMAS, R, *Money creation in the modern economy*, Bank of England Quarterly Bulletin, Vol. 54, No. 1, pages 14–27. Disponibil: www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/quarterlybulletin/2014/qb14q102.pdf.
3. SELGIN, G., *Synthetic Commodity Money*, Journal of Financial Stability, No. 17, 2015 p. 92–99. Disponibil: <https://pdfs.semanticscholar.org/5b43/e330151cdc60e93403fd7a36050912282630.pdf>

CROWDFUNDING AS AN INNOVATIVE TOOL FOR ATTRACTING CAPITAL: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND PROSPECTS FOR THE REPUBLIC OF MOLDOVA

CROWDFUNDING CA INSTRUMENT INOVATOR DE ATRAGERE A CAPITALULUI: EXPERIENTA INTERNATIONALA SI PERSPECTIVELE PENTRU REPUBLICA MOLDOVA

Scientific adviser: BILOOCAIA Svetlana, PhD, Assoc. prof.,
AESM, Republic of Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: biлоocaiasvetlana@gmail.com

Author: MUNTEANU Ludmila
License's student, 2 year, FB – 173
AESM, Republic of Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: ludmila.munteanu@rambler.ru

Abstract: *Acest articol examinează o metodă inovatoare de finanțare a ideilor de afaceri și a start-up-crowdfunding. Sunt oferite statistici privind numărul de platforme de publicitate din diferite zone ale lumii, mărimea fondurilor colectate în valută. Sunt analizate principalele calități remarcabile ale comercianților potențiali și ale creatorilor de planuri atunci când se aplică crowdfunding. Rezultatul lucrării este studierea obiectivelor cheie ale crowdfunding-ului, care pot împiedica dezvoltarea viitoare.*

Key words: crowdfunding, proiect de business, start up, agenda digitală

JEL Classification: G23, O16, O33

1. INTRODUCTION

Crowdfunding is a method of raising capital through the collective effort of friends, family, customers, and individual investors. Without leaving your own home, today you can even find potential investors and get financing for your startup. Especially in the actuality in Republic of Moldova when start ups find lots of obstacles to access the credit via financial institutions, crowdfunding is helping as a powerful tool to connect with the crowd and ask them to support projects in order to make them happen. As was mentioned by Vardanyan N. "Approaching target audience from various sources and angels ensures high deliverability and engagement. What we infer: Advertise your campaign equally strongly on digital world as well as real world".

2. PROPOSED RESEARCH METHODS

Presented investigation was implemented based on such research methods as: documentary method, analogy and grouping of quantitative data methods, graphical method, method of synthesis and comparative analysis method.

3. RESEARCH OF EMPIRICAL ASPECTS

In the European Union (EU) the Digital Agenda presented by the European Commission forms one of the seven pillars of the Europe 2020 Strategy which sets objectives to generate smart, sustainable and inclusive growth of the EU economy and proposes to better exploit the potential of Information and Communication Technologies to foster innovation and progress. At the same time, it should be noted, that analysis demonstrates, that the amount of capital raised in continental EU, so far is significantly less than in USA, Asia and United Kingdom (figure 1).

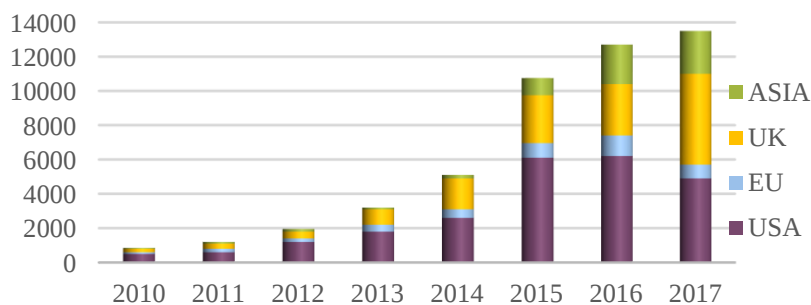


Figure 1. Total amount of funds raised through crowdfunding, mln EUR
Source: elaborated by the author based on [1].

The National Strategy “Digital Moldova 2020” is aimed to form conditions through minimum state intervention however with most result for information society development, focusing efforts on 3 pillars: *access and infrastructure, digital content and electronic services, capacities and utilization*, which have a favorable impact on the such elements of society as: communities/ population, businesses and governance. Currently, in the Republic of Moldova exist two functioning crowdfunding platforms: *sprijina.md* – platform which aims to support positive trends and changes in society by connecting project promoters and potential financial supporters and *guvern24.md*, which is used for attracting financing for different types of projects (figure 2). The *advantages* of crowdfunding in the Republic of Moldova are: on the crowdfunding platform, information on all project sponsors and funds raised is available to each site visitor, qualified authors' managers are available 24 hours a day, the mechanics of the crowdfunding platform allows to finance only those projects that have received popular support etc. But investigation demonstrates that the main part of proposed initiatives are not business projects, but mainly are connected with charity or are social oriented.

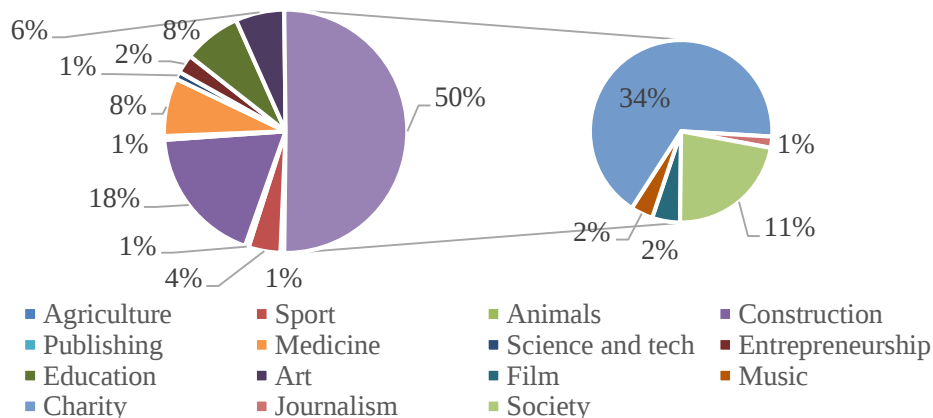


Figure 2. Active crowdfunding projects in the Republic of Moldova.

Source: <https://guvern24.md/ru/categories/?type=local-administration>

For capital attraction, the residents from the Republic of Moldova also use the international crowdfunding platforms such as Indiegogo and Kickstarter. The most successful projects financed through crowdfunding are: “TINCO camp”, “O viață nouă pentru Scuara Cehov”, “The Sofa” etc.

CONCLUSION.

The considered advantages and disadvantages of crowdfunding do not allow to unequivocally answer the question: “should we use crowdfunding in Republic of Moldova?” It is worth noting that, at first glance, this method of financing is more beneficial for recipients in the absence of bureaucracy and the need to obtain bank loans. However, developers need to remember that, on the one hand, it is very difficult to prove the relevance and real need of their business projects among a huge multitude, to organize communication channels and, on the other hand, to earn trust in modern society. The potential investor needs to take a responsible approach to the choice of a startup or project. First and

foremost, you should use proven and long-existing crowdfunding platforms. In addition, the selected project should have the most complete package of documents confirming its reality. Especially when it comes to charity or future income. If we discuss serious investments related to the real sector of the economy, potential investors can, naturally by agreement of the parties, secure the contractual relationship through a notary.

REFERENCES

1. CHERVYAKOV, D., ROCHOLL, J. How to make crowdfunding work in Europe, *Policy Contribution Issue*, nr. 6, March 2019
2. <https://ec.europa.eu>
3. <https://guvern24.md/ru/>
4. <https://www.kickstarter.com/>
5. <http://lex.justice.md>

SECȚIUNEA XIII: Evoluția în domeniul monedei și creditului

THE BANKING SYSTEM OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND ITS DEVELOPMENT AT THE PRESENT STAGE

SISTEMUL BANCAR AL REPUBLICII MOLDOVA ȘI DEZVOLTAREA ACESTUIA ÎN STADIUL ACTUAL

GOROBEȚ ILINCA

ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: il_gorobetz@yahoo.com

POPOVA ANASTASIA

ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: nastiusha.99@mail.ru

CONSTANDOGLO ECATERINA

ASE a Moldovei, Republica Moldova,
or. Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni
mail: Queenk1809@gmail.com

Abstract. *Today, banks and the banking system have become indispensable attributes of market and commodity-money relations. Based on this, it is necessary to identify the problems of development of the banking system and find ways to solve them in order to ensure the formation of a complex process of capital turnover, carrying out monetary operations.*

ВВЕДЕНИЕ. В рамках современной рыночной системы банки играют весомую роль, поскольку управляют финансами и кредитно-денежными отношениями, за счёт чего поддерживают стабильность и активность функционирования экономики в целом. Перечисленными характеристиками обуславливается не только ведущая роль банков в финансовой сфере, но и актуальность проблем, связанных с их деятельностью, а также путей их решения.

Актуальность данной темы заключается в том, что на сегодняшний день банки и банковская система стали непереносимыми атрибутами рыночных и товарно-денежных отношений.

Целью данной работы является изучение приоритетов банковского надзора НБМ, выявление проблем банковской системы Республики Молдова в современных условиях и путей их решения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ. Банковская система Молдовы как независимого государства начала складываться в 1993 году. Состоит она из двух уровней: Национального банка Молдавии и коммерческих банков.

Национальный банк осуществляет регулирование в области адекватности капитала и риска, устанавливает минимальные требования капитала для всех коммерческих банков, зарегистрированных в стране. Капитал молдавских банков формируется частично из внутренних фондов инвесторов и из иностранных источников инвестиций.

Первоочередной проблемой для отечественных банков является высокий уровень конкуренции с банками, которые обладают весомой долей иностранного капитала, имеют устойчивое положение и репутацию на мировом рынке банковских услуг, что позволяет им

диктовать свои условия в банковской сфере. В решении данной проблемы государству следует обратить особое внимание на создание новых, более выгодных для отечественных банков условий конкуренции и ограничение деятельности иностранных конкурентов.

Следующая проблема современных банков связана с кредитными рисками, вследствие которых снижается платёжеспособность банка, поскольку заёмщики не выполняют обязанности по кредитам и средства возвращаются в банк не в виде денежных активов, а в виде залогового имущества, с взысканием которого связаны определённые трудности. Решение данной проблемы должно осуществляться непосредственно самими банками при помощи оценки, анализа и контроля риска, и, исходя из полученных данных, они должны осуществлять принятие правильных управленческих решений. Также необходимо грамотно оценивать заёмщика с применением балльных методов оценки кредитоспособности, страховать залоговое имущество и правильно его оценивать.

Другой проблемой является низкая капитализация. В решении данной проблемы активное участие принимает государство, посредством создания новых и реформирования имеющихся нормативных и законодательных документов, которые направлены на упрощение процедуры эмиссии банком ценных бумаг, расширение льгот в налогообложении высвобождение части прибыли для увеличения размера банковского капитала.

В результате оценки основных рисков и вызовов, связанных с банковской деятельностью, принимая во внимание изменения в банковском регулировании и надзоре, установлены основные области, на которых будет основан банковский надзор:

- I. *Качество и прозрачность акционеров***, оценка которых обеспечивает развитие здорового корпоративного управления на уровне банковского сектора и привлечение инвесторов.
- II. *Внутреннее управление банка, менеджмент риска и внутренний процесс оценки достаточности капитала (ICAAP)***, что включает:
 - Проверку соответствия деятельности банков пруденциальным требованиям и обеспечение качественной отчетности и без ошибок;
 - Оценку внутреннего управления банка и менеджмента риска;
 - Внутренний процесс оценки достаточности капитала (Internal Capital Adequacy and Assessment Process (ICAAP)).
- III. *Кредитная деятельность, кредитный риск и подверженности перед аффилированными лицами***, где особое внимание уделяется снижению уровня неблагоприятных кредитов, способам их погашения, а также качеству второстепенного источника погашения кредитов и размеру обеспечения кредитов.
- IV. *Борьба с отмыванием денег и финансированием терроризма.***

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Для нахождения путей и направлений решения перечисленных проблем следует в равной степени опираться как на государственную помощь, так и на внутренние ресурсы борьбы самих банков, учитывать сложившуюся ситуацию на рынке кредитных услуг, вносить изменения в нормативно-правовые акты, а также повышать значимость отечественных кредитных учреждений на мировом рынке банковских услуг.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Коммерческие банки и банковская система Республики Молдова, Доступно: <http://avocatlk.md/ru/2015-04-06-08-39-31> [Дата обращения 22.04.2019 20:00]
2. Приоритеты банковского надзора Национального банка Молдовы на 2019 год, Доступно: <https://www.bnm.md/ru/content/prioritety-bankovskogo-nadzora-nacionalnogo-banka-moldovy-na-2019-god> [Дата обращения 23.04.2019 13:00]

THE EFFECTS OF COMPETITION IN BANKING SECTOR

EFECTELE CONCURENȚEI ÎN SECTORUL BANCAR

Scientific coordinator: ANGELA BELOBROV AESM,
angelabelobrov@gmail.com

Student: LUPAȘCU MARCELA, AESM,
lupascu.marcela10@gmail.com

Rezumat. Concurența este factorul esențial ce determină satisfacerea nevoilor și dorințelor consumatorilor de către producători, asigurând bunuri și servicii de o calitate înaltă. Scopul cercetării este de a stabili natura concurenței în sectorul bancar al Republicii Moldova și compararea acestuia cu țări ce au nivele similare de dezvoltare cum ar fi Rusia, Ucraina și România și aplicarea unor indici statistici. Rezultatele studiului au arătat că competiția și stabilitatea sectorului bancar sunt într-o relație negativă, iar problema ce trebuie soluționată este atingerea nivelului rațional de competitivitate.

Cuvinte-cheie: competiție, analiza indicatorilor, analiza trendurilor, sector bancar, concentrarea pieței.

Clasficarea JEL: C4, G21, D40, D50

1. Introduction.

Competition means organization economic activities, it provides the proper incentives for suppliers to meet consumer's demand for affordable, high quality services. The study of the competition in the banking sector is a subject of topical interest as competitive and efficient banking systems are important for customers, businesses and the overall economy of a country. Generally, competition spurs efficiency and reduction of costs, and leads to lower prices.

It is well known fact that even in competition has to be an equilibrium, especially if we are talking about banking sector because in case of having too much of it, appears the risk of systemic failure but in case of having it in a very small dimension the consequences will not wait to appear. For being able to keep the optimal level of competition is necessary to analyse the situation in the bank sector and namely through the analysis of benchmarks that will help us in studying the economic processes and phenomena.

2. Content

In order to estimate the appropriate level of competition in banking sectors, accordingly to the situation registered during last decade in several European economies, classified by the World Bank as lower-middle-income economies and upper-middle-income economies like Republic of Moldova, Russia, Ukraine and Romania the dynamics following benchmarks were analyzed:

- 5-Bank asset concentration;
- Lerner Index;
- Bank lending-deposit spread.

The first indicator that was analyzed is 5-Bank asset concentration (fig. no 1) that represent assets of five largest banks as a share of total commercial banking assets. Total assets include total earning assets, cash and due from banks, foreclosed real estate, fixed assets, goodwill, other intangibles, current tax assets, deferred tax, discontinued operations and other assets. Based on the indicator 5-Bank asset concentration indicator in 2015 is 58,32% higher than in Ukraine and slightly higher than in Romania and Russia and the conclusion that can be made is that big commercial banks are dominating the Moldovan bank industry.

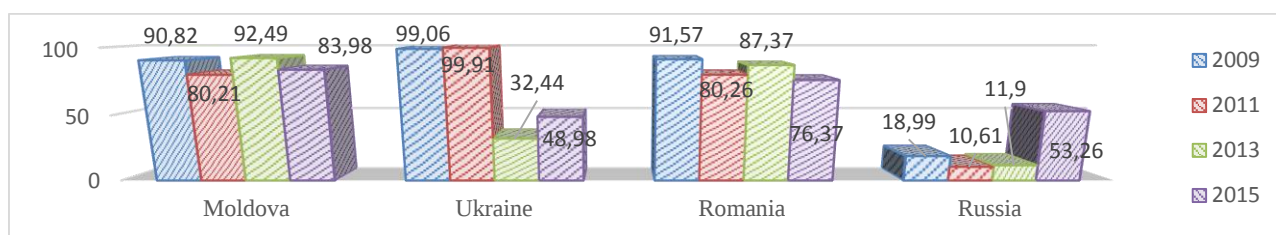


Figure no. 1. 5-Bank asset concentration in the Republic of Moldova among benchmarked countries

Source: Elaborated by the author based on data offered by World Bank Open Data Soft.

The next analyzed indicator is Lerner Index (fig. no. 2) that is a non-structural indicator, that measures the market power in the banking market. It compares output pricing and marginal costs (that is, markup). So, it is defined as the difference between output prices and marginal costs (relative to prices). An increase in the Lerner index indicates a deterioration of the competitive conduct of banks.

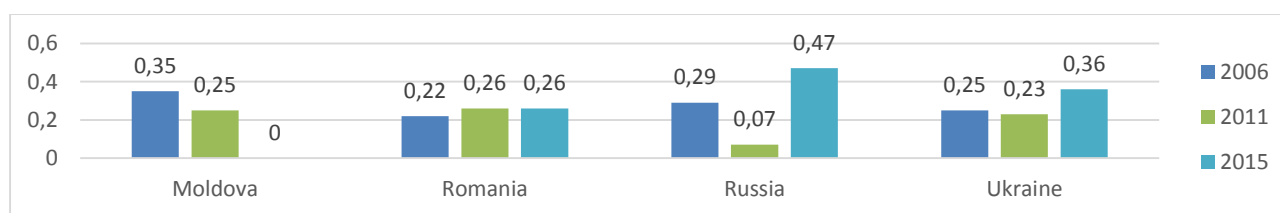


Figure no. 2. Dynamics of the Lerner Index in the banking sector of the Republic of Moldova among benchmarked countries

Source: Elaborated by the author based on data offered by Bankscope, Bureau van Dijk (BvD).

Analysis of the Lerner Index in the banking sector of the Republic of Moldova denotes the existence of a moderate level of competition in the banking sector. In 2015 year the country with the highest value is Russia, with a value of 0,47, followed by Ukraine with a value of 0,36.

The last indicator which is Bank lending-deposit spread (fig. no. 3) represents the difference between lending rate and deposit rate. Lending rate is the rate charged by banks on loans to the private sector and deposit interest rate is the rate offered by commercial banks on three-month deposits.

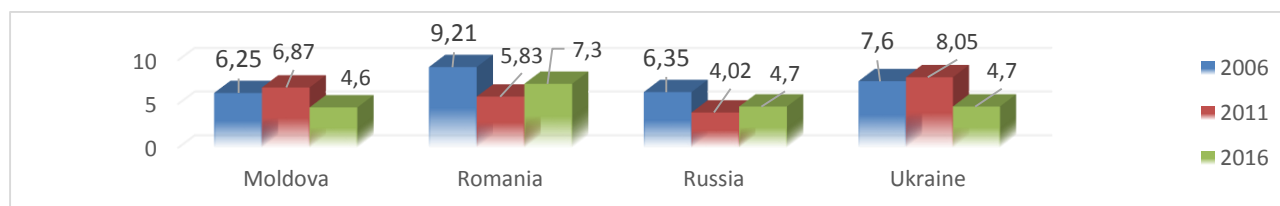


Figure no. 3. Dynamics of the Bank lending-deposit spread in the Moldovan banking system among benchmarked countries.

Source: Elaborated by the author based on data offered by World Bank.

As we can see on the figure the lending-deposit spread in Russia, Ukraine and Romania are higher than the value that has recorded by Moldovan banking system. And at the same time can be drawn the conclusion that in the year 2016 in the Republic of Moldova has recorded the lowest level of lending-deposit spread which indicates a high level of competition.

3. Conclusion

The results of the study are showing the existence of different development levels of performances on the banking markets of the analyzed countries but at the same time similarities are also present. The low level of lending-deposit spread is favorable for business and for population because it suffers low credit costs. Comparing the range of products that is offered by the banks from the Republic of Moldova and other developed countries like USA or EU, we can easily

observe that moldovan banks are offering the same range of products and services and namely through online distribution channels and customer communication channels.

Therefore, suggestive conclusions could be made and further improvements could be implemented in order to increase the level of competition, take full advantage of a market with lower prices, better products and larger availability. However there is still place for improvements and measures must be taken to attain such evolutions as in Romania or Ukraine.

4. Bibliography

- 1) Curti, Filippo, Ergen, Ibrahim, Le, Minh and Migueis, Marco and Stewart, Rob T. Benchmarking Operational Risk Models. 2016
- 2) Benchmarking Methodology. Online available at: <https://www.apqc.org/benchmarking-methodology>
- 3) Concurența si competitivitate. Online available at :
https://www.academia.edu/7249265/Concurenta_si_competitivitate
- 4) World Bank Indicators. Online available at: <https://data.worldbank.org/indicator/FR.INR.LNDP>
- 5) Open Data Soft of World Bank. Online available at: <https://data.opendatasoft.com>

SECȚIUNEA XIV: Econometrie și statistică economică

STATISTICAL ANALYSIS OF THE PENSION SYSTEM IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE PERIOD 2007 – 2017

ANALIZA STATISTICĂ A SISTEMULUI DE PENSII DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN PERIOADA 2007– 2017

BRADU Marcel

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. M. G. B. Bodoni, 61

e-mail: bradumarcel@yahoo.com

GALAJU Daniela

ASEM, Republica Moldova, Chișinău, str. M. G. B. Bodoni, 61

e-mail autor: galajudaniela@gmail.com

Abstract. *The pension system is an essential part of a country's socio-economic model. A strong public pension system is essential for solidarity between generations and for social cohesion in our societies.*

The primary objective of the pension system is to guarantee pensioners a decent living standard and not just a minimum income / survival. For this to be possible, the system should be economically sustainable and the appropriate benefits provided.

Demographic forecasts cast doubt on the possibilities of paying old-age pensions, at the same time endangering the stability and credibility of the whole system: the small number of people employed will not be able to cope with the large number of pensioners, which is steadily rising.

This article aims to analyze the state of the public pension system for a period of 11 years, using statistical indicators reflecting the sustainability of the pension system in the Republic of Moldova.

Keywords: *sustainability, public pension system, number of pensioners, social security contributions, average pension, retirement pension, employment rate.*

JEL Classification: H55, J26

Introducere

Principalul scop al sistemului de pensii este să ofere un venit persoanelor în etate după sfârșitul vieții de muncă. Este un instrument important pentru a preveni sărăcia la o vârstă înaintată și pentru a ameliora efectele stopării venitului din salariu. În pofida mai multor încercări de reformare realizate în Moldova în ultimii ani, există dovezi puternice precum că structura curentă a sistemului de pensii din Moldova nu este capabilă să-și îndeplinească scopul principal, plățile pentru pensii fiind insuficiente pentru a oferi un trai peste nivelul de subzistență.

Finanțate pe principiul clasic de redistribuire, sistemele de securitate socială s-au dovedit a fi sensibile la schimbările survenite pe piața muncii, la crizele economice prin care au traversat statele europene, îndeosebi la procesul de îmbătrânire a populației care anticipează nevoia de modernizare a sistemelor de protecție socială.

Starea sistemului actual de pensii în Republica Moldova

Sistemul de pensii din Republica Moldova funcționează în baza sistemului solidar de pensii între generații (Pay As You Go - ceea ce înseamnă că angajații actuali plătesc pentru pensionarii actuali), care ține cont de faptul că plata pensiilor de asigurări sociale se face din contul contribuțiilor de asigurări sociale de stat, acestea fiind colectate de la angajatori și de la persoanele asigurate și are ca obiectiv principal acordarea unor prestații în bani persoanelor asigurate, aflate în imposibilitatea obținerii veniturilor salariale în urma anumitor situații de risc. Sistemul de pensii este important din punct de vedere politic, economic și social, deoarece asigurarea cu pensii reprezintă partea cea mai semnificativă și una dintre cele mai importante funcții asumate de către stat, sistemul de pensii trebuie

să furnizeze venituri pensionarilor, este necesară încurajarea participării prin contribuții a populației, cu menținerea unui coraport rezonabil între numărul populației ocupate și numărul persoanelor vârstnice.

Blocul de legi ce reglementează sistemul de pensii din Republica Moldova constă din următoarele acte normative:

- Legea privind pensiile de asigurări sociale de stat nr.156-XIV din 14.10.98;
- Legea privind sistemul public de asigurări sociale nr.489-XIV din 08.07.99;
- Legile anuale privind Republicii Moldova privind bugetul asigurărilor sociale de stat.

În Republica Moldova avem un sistem de pensionare redistributiv și solidar conform căruia contribuțiile colectate sunt utilizate imediat pentru plata pensiilor. În același timp sistemul de asigurare socială este destul de complicat. Astfel, mărimea tarifului de asigurare este diferențiat pe categorii de plătitori: angajatori, persoane angajate și persoane ce-și desfășoară activitatea pe cont propriu (întreprinzători individuali, deținători de patente, avocați, notari, etc.), iar mărimea acestuia este adoptat anual de către Parlament. Pe de altă parte, pentru diferite categorii de plătitori diferă și baza impozabilă, din care se achită contribuțiile de asigurare.

Tabelul 1. Evoluția principalilor indicatori ai Bugetului de Asigurări Sociale de Stat din Republica Moldova

mil. lei

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Venituri, total	5157,2	6362,8	7581,7	8416	9088,9	9721,5	10589,9	12028,8	13432,5	15060,6	17818,7
CAS	4332,6	5429,9	5595,2	5985,3	6562,6	7150	7756,2	8362,6	9273,1	10036,6	11864
Transferuri de la BS	791,7	902,2	1956,8	2425,7	2522,8	2567,3	2828,1	3660,1	4153,0	5016,0	5941
Transf. de la BS pentru acoperirea deficit. BASS				843,6	806,7	1025,1	1005,6	1121,5	862,8	1340,6	898,6
Cheltuieli total	5244,5	6315,1	7607,2	8629,3	9213,5	9755,1	10716,2	12019,5	13490,2	14964,7	17614,5
Prestații de asigur. sociale				7081,1	7532,5	8250,8	8935,1	9527,3	10255,5	11059,7	12241,9
Pensii de asigurări sociale				5861,8	6339,6	6975,3	7540,3	8073,1	8687,9	9584,7	10611,2
Pensii pentru limită de vârstă				4544,7	4944,1	5477,3	5956,4	6405,2	6925,4	7681,8	8576,5
Deficit (-) / Excedent (+)	-87,3	47,7	-25,5	-213,3	-124,6	-33,6	-126,3	9,3	-57,7	95,9	204,2

Sursa: Casa Națională de Asigurări Sociale, *Rapoarte anuale privind executarea bugetului asigurărilor sociale de stat*. Disponibil: www.cnas.md (accesat 09.04.2019, ora 20:17)

Conform datelor prezentate în tabelul de mai sus constatăm o creștere continuă a veniturilor pentru întreaga perioadă analizată, astfel, încasările la veniturile bugetului asigurărilor sociale de stat au fost realizate în sumă totală de 17818,7 mil lei în 2017, cu 18,3 la sută sau cu 2758,1 mil. lei mai mult comparativ cu anul 2016. În mediu, pe perioada 2007-2017, veniturile BASS au înregistrat o creștere cu 1266,15 mil. lei sau, în mediu acestea au crescut cu 6,4%.

De asemenea s-a înregistrat o majorare a cheltuielilor Bugetului Asigurărilor Sociale de Stat (BASS) în mediu, cu circa 6,24% pe an, în 2017 mărimea acestora a constituit 17614,5 mil lei, cu 2649,8 mil lei mai mult față de 2016 sau cu 17,7 %, creșterile respective s-au datorat în special majorării numărului de beneficiari și indexării anuale a pensiilor, alocațiilor și indemnizațiilor sociale.

Ca urmare a crizei economice financiare mondiale, cu consecințe asupra economiei naționale, și îmbătrânirii populației țării, începând cu anul 2009, Bugetul de Asigurări Sociale de Stat (BASS) se confruntă cu probleme ale deficitului BASS. Încetinirea creșterii venitului din contribuții obligatorii (circa 5,2 % mediu pe an) și menținerea unor cheltuieli semnificative și inevitabile ca urmare a faptului că pensia trebuie achitată, BASS este alimentat cu peste 800 mil. lei de la bugetul de stat pentru acoperirea deficitului bugetar al BASS, ceea ce demonstrează pierderea caracteristicii de buget sustenabil, independent, devenind dependent de finanțările externe.

Tabelul 2. Evoluția principalilor indicatori privind pensiile de stat în Republica Moldova

Indicatori	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Salariul nominal mediu lunar al unui salariat în economie, lei/pers	2065	2529,7	2747,6	2971,7	3193,9	3477,7	3765,1	4172	4610,9	5084	5697,1
Mărimea medie a pensiei lunare stabilite pentru limita de vârstă, lei/pers.	565,8	666,3	800,8	836,6	900,6	987	1049,9	1114,7	1191,8	1301,1	1456,9
Minimul de existență pentru pensionari, lei/lună	943,4	1167,4	1022,8	1184,3	1305,6	1302,8	1326,9	1343,7	1437,4	1494,8	1547,5
Ritmul nominal de creștere al pensiei, %	23,7	17,8	20,2	4,5	7,7	9,6	6,4	6,2	6,9	9,2	9,6
Indicele prețurilor de consum, anul precedent 100%	112,3	112,7	100	107,4	107,6	104,6	104,6	105,1	109,7	106,4	106,6
Ritmul real de creștere al pensiei, %	10,1	4,5	20,2	-2,7	0	4,8	1,7	1	-2,5	2,6	4,6
Raportul dintre pensia medie și minimul de existență pentru pensionari, %	60,0	57,1	78,3	70,6	69,0	75,8	79,1	83,0	82,9	87,0	94,1
Rata de înlocuire (pensie/salariu), %	27,4	26,3	29,1	28,2	28,2	28,4	27,9	26,7	25,8	25,6	25,6

Sursa: Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, *Forța de muncă și câștigul salarial, Protecția socială a populației, Prețuri. Disponibil: www.statistica.md (accesat 19.04.2019, ora 14:32)*

În Republica Moldova, sustenabilitatea curentă și viitoare a sistemului de pensii, constituie una din cele mai primordiale probleme. La finele anului 2017 pensia medie lunară pentru limita de vârstă era de doar 1457 lei cu 12 % mai mult decât la sfârșitul anului 2016. Puterea de cumpărare a pensiei rămâne la un nivel foarte scăzut. În anul 2017 un pensionar putea procura doar cu 4,6% mai multe produse și servicii, iar în 2016 puterea de cumpărare a pensiei a crescut cu doar 2,6 la sută (pensia a crescut cu 9,2%, iar prețurile la bunuri și servicii au crescut cu 6,4%). Pentru întreaga perioadă analizată, pensia medie nu a reușit să atingă cel puțin minimul necesar pentru existența unui pensionar, menținându-se în mediu la circa 75% din nivelul minim de existență.

Unul din indicatorii de bază care caracterizează gradul de performanță al pensiilor, utilizat pe larg în comparațiile internaționale și la stabilirea prin norme a nivelului minim al pensiilor, este rata de înlocuire (raportul între pensia medie și salariul mediu). Constatăm un nivel relativ scăzut a acestui indicator. Astfel, dacă în anul 2007, acest indicator atingea nivelul de 27,4% din salariul mediu pe republică, atunci în anul 2017 pensia medie acoperea doar 25,6% din salariul mediu lunar, ceea ce demonstrează incapacitatea de a se conforma cu cerințele impuse de UE, de a atinge cel puțin nivelul ratei de înlocuire de 60 %.

Tabelul 3. Evoluția numărului pensionarilor aflați la evidența organelor de asigurare socială și corelațiile existente cu alte categorii a populației

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Numărul de pensionari la sfârșitul anului, mii pers.	636,7	639,4	643,4	646,7	658,4	670,1	679,9	690,2	700,2	711,7	694,8
Pensionari pentru limită de vârstă, mii pers.	466	469,6	473,2	476,6	489,9	501,6	513,1	524,8	536,3	549,7	551,7
Populația ocupată, mii pers.	1247,2	1251,0	1184,4	1143,4	1173,5	1146,8	1172,8	1184,9	1203,6	1219,5	1207,5
Rata de ocupare, %	42,6	42,5	40,0	38,5	39,5	38,5	39,3	39,7	40,3	40,9	40,5
Persoane contribuabili, mii pers.	1185,2	1347,3	796,5	864,2	859,7	873,2	872,6	877,4	874,7	872,2	899,2
Rata poverii de pensionare, coef.	2,54	2,87	1,68	1,81	1,75	1,74	1,70	1,67	1,63	1,59	1,63
Pensionari pentru limita de vârstă la 100 persoane în vârstă aptă de muncă, %	18,4	19,1	19,2	19,3	19,9	20,4	21,0	21,6	22,2	23,0	23,2

Sursa: Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, *Protecția socială a populației, Casa Națională de Asigurări Sociale, Rapoarte anuale privind executarea bugetului asigurărilor sociale de stat. Disponibil: www.statistica.md, www.cnas.md (accesat 19.04.2019, ora 15:08)*

În perioada anilor 2007-2010, numărul de pensionari pentru limita de vârstă creștea în mediu cu 0,38% sau cu 3,53 mii persoane pe an, în timp ce în perioada anilor 2011-2017 numărul de persoane pensionate a crescut în mediu cu 1% sau cu 10,3 mii persoane pe an.

Creșterea cheltuielilor pentru pensiile de asigurări sociale este determinată de creșterea numărului beneficiarilor de pensii. În perioada anilor 2007-2017 numărul de pensionari pentru limita de vârstă creștea

cu 8,57 mii persoane pe an, sau cu 0,85 %, una din cauze care a condus la creșterea numărului de pensionari fiind îmbătrânirea populației. La sfârșitul anului 2017 numărul beneficiarilor de pensii pentru limita de vârstă constituia 79 la sută din numărul total al pensionarilor.

Rata de ocupare a populației în Republica Moldova, în anul 2007 a constituit 42,6 %, în timp ce în 2017 – 40,5% (-2,1 p.p.), altfel, din total populație de vârstă 15 ani și peste, persoanele care desfășoară o activitate economică sau socială constituie 40,5%, ceea ce constituie o cifră mică, dacă comparăm cu cea din România (63,9 %).

Rata poverii de pensionare care reprezintă raportul dintre numărul plătitorilor de contribuții de asigurări sociale și numărul beneficiarilor de pensii înregistrează o tendință stabilă de descreștere. Dacă în anul 2007 la 100 persoane pensionate pentru limita de vârstă reveneau 254 de contribuabili, atunci la sfârșitul anului 2017 este de 1,63:1 sau 100 pensionari sunt întreținuți de circa 163 contribuabili.

Conform scării lui G.Bojio-Garnier, coeficientul îmbătrânirii populației (numărul persoanelor în vârstă de 60 ani și peste, la 100 locuitori) cu valoarea indicatorului 12 și mai mult se clasifică drept "îmbătrânire demografică". După cum se observă din figura de mai sus, în Moldova acest coeficient începând cu anul 2008 constituia 13,7, fiind în creștere, în anul 2017 ajungând la 17,2, ceea ce confirmă vădit tendința de îmbătrânire încontinuu a populației țării.

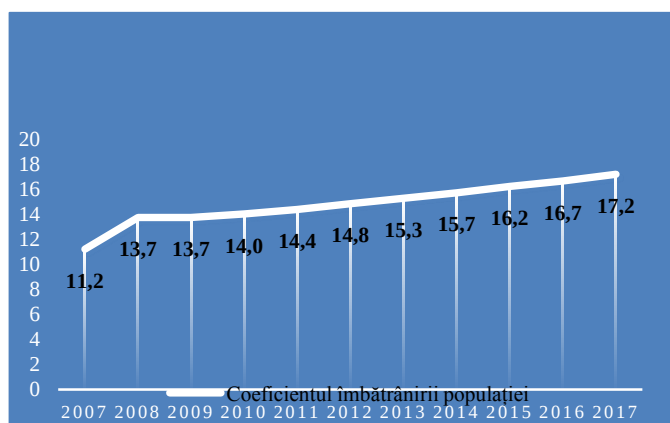


Figura 1. Evoluția coeficientului îmbătrânirii populației

Sursa: Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, *Numărul populației*. Disponibil: www.statistica.md, (accesat 19.04.2019, ora 15:08)

CONCLUZII/RECOMANDĂRI. Îmbătrânirea populației, migrația peste hotare a persoanelor apte de muncă și astfel reducerea numărului de contribuabili, precum și practica „salariului în plic” sunt câțiva dintre factorii care pun în pericol actualul sistem de pensionare, cele mai mari provocări fiind: numărul mic al contribuabililor și a cotelor de contribuții sociale la sistemul de pensii; creșterea numărului de pensionari și, prin urmare, creșterea presiunii asupra populației economic active și asupra bugetului de asigurări sociale de stat; cuantumurile mici ale pensiilor în comparație cu salariile și minimul de existență; scăderea ratei de înlocuire a salariului. Ca rezultat, mărimea contribuției va continua să fie ridicată, rata de înlocuire va continua să fie scăzută, iar statul, în aceste condiții, va fi impus să subvenționeze bugetul de asigurări sociale.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Verejan, O., Bradu, M., Verejan, V., Tacu M. *Analiza sustenabilității sistemului public de pensii prin prisma unui sistem de indicatori de monitorizare*. În „Competitivitatea și Inovarea în Economia Cunoașterii”, 22-23 septembrie 2017, Chișinău, Vol.V., pag. 101-106
2. Rapoarte anuale privind executarea bugetului asigurărilor sociale de stat
3. Legea Nr. 156 din 14.10.1998 privind pensiile de asigurări sociale de stat
4. www.cnas.md
5. www.statistica.md

SECȚIUNEA XV: Suportul informatic și metode cantitative în economie

INFORMATION TECHNOLOGY IN THE ACCOUNTING OF INSURANCE

TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE CONTABILE ÎN DOMENIUL ASIGURĂRILOR

CAPAȚINA VALENTINA, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu- Bodoni, 61, MD-2005
e-mail: vcapatina@yahoo.com

VARZARI MARCELA, stud., anul I, specialitatea: Drept
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu- Bodoni, 61, MD-2005
e-mail: marchiela@mail.ru

Abstract. *Nowadays, in conditions of actual economic environment, life couldn't be possible without the technological progress that is surrounding us. As far as this progress is literally taking over the whole world, we cannot imagine doing business without running our day-by-day activity using internet or computers.*

The purpose of this study is to research certain particularities of information technology in the accounting system of insurance intermediaries, especially the impact of IT on elaboration of financial statements and mandatory specialized reports, presented to the regulator.

In the end, I find out that information technology has a big impact on the accounting system of the insurance intermediary. The process of collecting, saving and managing of information that is used to perform specialized reports, cannot be done without using of the IT. It has a positive impact that leads to improve the performance of the business itself.

Key words: *Accounting IT (information) systems, LLC (Limited liability company), insurance, reinsurance, specialized reports, expenses.*

JEL CLASSIFICATION: M41, M15, G22

INTRODUCERE. Progresul impresionant înregistrat în domeniul IT, dezvoltarea și adoptarea acestuia la contabilitate, marchează un impact major asupra performanței societăților de asigurări. Pe parcursul a mii de ani contabilitatea se adopta tuturor cerințelor și provocărilor domeniului economico – financiar. Astfel, de la contabilitatea rudimentară a culturii egiptene, s-a ajuns la sistemul contabil în partidă dublă, în care obiectivul propus este înlocuirea purtătorilor de informații pe hârtie cu cele digitale, ceea ce asigură un nivel ridicat al corectitudinii și integrității datelor. Implementarea IT în domeniul contabil perfecționează calitatea raportării situațiilor financiare, asigurând accesul, la timp, tuturor categoriilor de utilizatori la informația aferentă activității societății, permițându-le managerilor să ia decizii corecte privind activitatea sigură și durabilă a companiei. Inclusiv, utilizarea IT contribuie la sporirea eficienței a sistemului de asigurări în Republica Moldova, ceea ce influențează direct proporțional economia țării.

Obiectivele acestui studiu constau în cercetarea particularităților tehnologiilor informaționale contabile utilizate de societățile de asigurări din Republica Moldova. Examinarea și constatarea impactului TI asupra sistemului contabil.

ANALIZA SURSELOR BIBLIOGRAFICE. Studiul prezentat este însoțit de date veridice, reale și practice care reflectă activitatea societăților de asigurări [1,2]. Ciclul de culegere, înregistrare și prelucrare a datelor financiar – contabile, a fost realizate în conformitate cu reglementările normative din Republica Moldova, Legea contabilității Nr. 113 din 27.04.2007 [3].

DESCRIEREA METODEI DE CERCETARE UTILIZATĂ. Demersul cercetării particularităților IT și analiza impactului acestora asupra activității contabile necesită mai întâi constatarea sarcinilor contabilității.

Funcția principală a contabilității societăților de asigurări este de a oferi managementului acesteia informații complete și veridice, cu privire la situația financiară a entității; la situațiile critice în sfera îndeplinirii obligațiilor contractuale sau la deficitul de mijloace bănești; tranzacțiilor financiare și rapoartelor aferente acestora, pentru luarea deciziilor economice eficiente necesare în mediul de afaceri în scopul gestionării adecvate a resurselor societății de asigurări și obținerii celor mai bune performanțe economice [1].

Metodologia utilizată în cadrul studiului este “cercetarea științifică aplicativă”, ceea ce reprezintă o activitate de investigare original în scopul acumulării de noi cunoștințe, dar orientată, în principal, spre un scop sau un obiectiv practic specific [2].

Am aplicat această metodă deoarece materia primă folosită în cadrul cercetării sunt rezultatele celorlalte forme de cercetare științifică (fundamentală și de dezvoltare), inclusiv cunoștințele acumulate pe parcursul activării în cadrul societății de asigurări, cu scopul extinderii cunoștințelor deținute și utilizarea acestora în crearea a noi procese, produse și servicii sau îmbunătățirea lor.

REZULTATELE OBȚINUTE. În urma studiului realizat am reușit să identific și să implementez diverse tehnologii și metode utilizate de către societățile de asigurări în procesul de colectare, identificare, grupare, prelucrare, înregistrare, generalizare a elementelor contabile și de raportare financiară [3]. Sistemul informațional integrat de evidență contabilă în cadrul societății este destul de vast (foile de calcul Excel, e-mail, 1C, e-Raportare, e – Factura) însă tranziția spre mijloace de prelucrare și stocare electronică nu se stopează aici ci în pofida faptului evoluează zi de zi. Principalele provocări și oportunități oferite de utilizarea IT este posibilitatea promovării și dezvoltării active a societăților de asigurări atât pe plan național, cât și internațional.

Pe parcursul studierii am încercat să apelez la toate tipurile de aplicații software existente în cadrul companiei cu scopul de a detecta cea mai eficientă și utilă metodă de măsurare, înregistrare și raportare a informației tot o dată examinând impactul acestora asupra industriei date. Observând că toate aceste aplicații conlucrează spre atingerea unui scop. Formând un ansamblu de elemente intercorelate funcțional în scopul automatizării și obținerii informațiilor necesare.

Implementarea tehnologiilor informaționale integrate și flexibile de evidență contabilă în societățile de asigurări, va permite adaptarea acestora la volumul tranzacțiilor și modificărilor organizatorice, legislative din cadrul companiei.

CONCLUZII.

În urma cercetării realizate am concluzionat că implementarea tehnologiilor informaționale contabile în domeniul de asigurări oferă un avantaj competitiv având un impact marcant asupra domeniului raportat și în special contribuie la:

1. Generarea la timp a documentelor și rapoartelor cerute.
2. Asigură un nivel ridicat al corectitudinii și integrității datelor.
3. Soluționarea mai rațională a problemelor de management.
4. Creșterea productivității muncii și micșorarea cheltuielilor.
5. Înlocuirea purtătorilor de informații pe hârtie cu cele digitale / electronice, ceea ce conduce la o organizare a prelucrării datelor mai rațională cu ajutorul PC-ului și micșorării volumului de documente pe hârtie

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. DOLGHI C., DOLGHI V., „Contabilitatea Societăților De Asigurări, politici contabile conform IFRS”, Chișinău, Ed. CEP USM, 2016.
2. RĂBOACĂ G., CIUCUR D., “Metodologia Cercetării Științifice Economice”, Ediția a III-a, București, Ed. România De Măine, 2004.
3. Legea contabilității Nr. 113 din 27.04.2007.

APPLICATION OF INFORMATIONAL TECHNOLOGY IN CREATION OF HEALTHY NOURISHMENT

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ ЧЕЛОВЕКА

CAPAȚINA VALENTINA, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 61, MD-2005
e-mail: vcapatina@yahoo.com

STATNIK AUREL, student, anul I, specialitatea: Tehnologii Informaționale,
e-mail: s.aurel@mail.ru
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 61, MD-2005

Abstract. *The aim of the work is to create with the help of informational technology an application able to propose a healthy and individual nutrition. This project presents the opportunities of informational technologies to create a healthy society as a result of a healthy nutrition. Based on statistical data we can conclude that the main problem in the world is the wrong nutrition that leads to obesity and various diseases. This paper demonstrates the possibility to create an application using informational technologies that suggests to the user a correct nutrition based on some parameters. The results of the paper will be followed by practical examples and comparative studies that demonstrate the necessity of implementing the information technologies in the correct nutrition.*

Key words: *Informational technologies, correct nutrition, global problem, application, mankind.*

JEL CLASSIFICATION: I1, I12, O35

ВВЕДЕНИЕ. Реальность современного мира ужасна. Статистика плохого здоровья ясна, в основном из-за неправильного питания. Это глобальная проблема, это катастрофа, которая захватила мир. С помощью информационных технологий мы можем исправить данную проблему и создать здоровое общество.

Целью данного исследования является поиск наиболее разумного способа, используя информационные технологии для того, чтобы снизить количество заболеваний, вызванных неправильным питанием.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ. Чтобы ответить более подробно на этот вопрос, нам нужно хорошо изучить данную проблему. Анализ литературных источников показывает, как с 1975 года по 2016 год выросло число людей с ожирением. В источнике [1] подчеркивается, что девочек с ожирением выросло с 5 млн. в 1975 г. до 50 млн. в 2016 г.". Мальчиков, страдающих от чрезмерного веса, также стало больше: рост с 6 млн в 1975 г. до 74 млн. Что касается взрослого населения планеты, то согласно приведенным экспертами данным среди них также увеличилось число полных: за четыре десятилетия рост увеличился со 100 млн. до 671 млн.

Смертность от дефицита питательных веществ [2] составила 3 · 49% (95% UI 3 · 31–3 · 79) от общего числа смертей по причинам, связанным с CMNN, что привело к 368 100 (334 000–422 700) в 2016 году. Белково-энергетическая недостаточность вызвала наибольшую число смертей из-за дефицита питательных веществ с 308 000 смертей (95% UI 277 000–356 000) в 2016 году, за которым последовали другие дефициты питательных веществ, которые привели к 54 500 случаям смерти (46 000–65 000).

Потребление питательных веществ населением представляет собой среднее значение, которое, как считается, соответствует поддержанию здоровья людей. Здоровье в этом контексте характеризуется низкой распространенностью заболеваний, связанных с питанием, среди населения.

Редко бывает единственное «лучшее значение» для такой цели. Вместо этого, в соответствии с концепцией безопасного диапазона питательных веществ в потреблении для отдельных лиц, часто существует диапазон средних чисел населения, которые соответствовали бы поддержанию здоровья.

Если существующие средние значения популяции выходят за пределы этого диапазона предполагается, что проблемы со здоровьем могут возрасти.

Компьютерные технологии давно используют в медицинской среде, например: в электрокардиографии, рентгенологии, эндоскопии, ультразвуковых исследованиях, лабораториях. Что же касается приложений, позволяющих создать для каждого человека индивидуальный план питания, основываясь на его предпочтения, особенности организма, физической активности, желанием похудеть или набрать вес, а также на возраст человека, пол, рост, вес и другие параметры. С помощью информационных технологий, мы можем создать такое приложение, которое сможет определить потребность организма в питательных веществах, способ употребления сгенерированных продуктов, то есть создаст индивидуальный план питания для каждого человека в отдельности.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ. Я провел исследование на своем личном примере.

Сначала выбрал пол “Мужской”, далее рост – 182 см, вес – 70 кг, возраст 18 лет, физическая активность – пассивная. Исходя из этих данных, можно посчитать энергетическую потребность, в моем случае это 2104 ккал.

Следующий шаг: нам нужно определиться, чего мы хотим? Какова наша цель? В зависимости от задач, которые перед нами стоят, мы будем манипулировать с потребностью в энергии. Итак, моя цель – это поддерживать вес. Далее человек должен вводить продукты, которые он предпочитает и на которых есть аллергическая реакция. У меня лично нет аллергии на продукты питания. После того как мы ввели данные, программа считает все необходимые нутриенты для моего организма.

Белки: 1.75 гр. на килограмм массы тела – это 122.5 гр. в день, или 490.0 ккал из моего дневного калоража.

Жиры: 0.9 гр. на килограмм массы тела – это 63 гр. в день, или 567.0 ккал из моего дневного калоража.

Углеводы рассчитываются исходя из оставшихся калорий – по 4 ккал на каждый грамм – получилось 261.8 гр. углеводов в день.

Данная работа показывает, как с помощью информационных технологий у нас есть возможность увеличить продолжительность жизни и количество здоровых людей. С помощью информационных технологий, мы можем самостоятельно регулировать свой вес, снижать или увеличить его по желанию. Так же мы можем питаться правильно и получать все необходимые вещества, витамины, которые нам нужны.

Информационные технологии могут здорово повлиять на мировую статистику связанная с численностью населения, которая страдает от различных болезней из-за неправильного питания.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. <https://www.vestifinance.ru/articles/92239>.
2. GBD 2016 Mortality and Causes of Death Collaborators. Global, regional, and national age-sex specific mortality for 264 causes of death 1980–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. The Lancet. 2016;390(10100):1151–210.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140673617321529/>.
3. World Health Organization. Diet, nutrition, and the prevention of chronic diseases: report of a joint WHO/FAO expert consultation, vol. 916. Geneva: World Health Organization; 2003.

USING OF CRYPTOGRAPHIC TOOLS IN PROGRAMMING LANGUAGES

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРИПТОГРАФИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ЯЗЫКАХ ПРОГРАММИРОВАНИЯ

Zgureanu Aureliu, dr., conf. univ.
ASEM, Republic of Moldova, Chisinau, str. Banulescu Bodoni 61, MD-2005
e-mail: zgureanu.aureliu@ase.com

Bazeniuc Ivan, stud., anul III, specialitatea: Tehnologii informaționale
ASEM, Republic of Moldova, Chisinau, str. Banulescu Bodoni 61, MD-2005
e-mail: yb241197@gmail.com

Abstract *Cryptographic tools implemented in programming languages, which provide command-line tools such as digital signature, signature verification, and other cryptography tools are investigated in this paper. Cryptography is the study and practice of techniques for secure communication in the presence of third parties called adversaries. It deals with developing and analyzing protocols, which prevents malicious third parties from retrieving information being shared between two entities thereby following the various aspects of information security. Therefore, the software industry must provide developers with trusted means which include the most useful ready to use cryptographic tools.*

Keywords: *Programming languages, Asymmetric Signature, Hash, Salt, HTTPS, Public and Private Keys, Encryption Algorithms.*

JEL CLASSIFICATION: L86

ВВЕДЕНИЕ

На протяжении всей своей истории человек сталкивался с необходимостью в шифровании той или иной информации. Возможности криптографии постепенно развивались и на данный момент они обеспечивают конфиденциальность, целостность данных, аутентификацию, а также невозможность отказа от авторства. Появление доступного интернета перевело криптографию на новый уровень.

ОСНОВНЫЕ МЕТОДОЛОГИИ ШИФРОВАНИЯ ДАННЫХ

На данный момент существуют четыре методологии шифрования данных:

- в симметричной методологии с секретным ключом используется один ключ, с помощью которого производится как шифрование, так и дешифрование одним и тем же алгоритмом; среди наиболее используемых симметричных алгоритмов можно выделить AES;
- асимметричная методологии с открытым ключом предусматривает использование взаимосвязанных ключей; один из ключей хранится в секрете, а другой публикуется в открытых источниках; данные, зашифрованные одним ключом, могут быть расшифрованы только другим ключом; RSA, DSA – яркие представители алгоритмов асимметричного шифрования;
- хэш-функции – функции одностороннего шифрования, основное назначение которых – получение из сообщения произвольного размера его дайджеста; среди наиболее популярных хэш-функций можно выделить семейства функции SHA и MD;
- электронно-цифровая подпись предназначена для защиты электронного документа от подделки, которая получена в результате криптографического преобразования информации с использованием закрытого ключа электронной цифровой подписи.

КРИПТОГРАФИЯ В ВЫСОКОУРОВНЕВЫХ ЯЗЫКАХ ПРОГРАММИРОВАНИЯ

Почти в каждой программе требуется шифровать какие-либо данные, будь то личные данные пользователей или код самой программы. Для того чтобы упростить процесс обеспечения защиты данных высокоуровневые языки программирования содержат средства, позволяющие это сделать без глубокого знания самих алгоритмов шифрования.

Криптография в Java. В связи с явной сетевой направленностью языка Java необходимо было уделить должное внимание средствам защиты. Такие средства были разработаны и встроены в набор стандартных библиотек.

В этих библиотеках содержатся готовые алгоритмы шифрования, такие как: алгоритмы симметричного шифрования - AES, алгоритм ассиметричного шифрования - RSA, DSA, хэш-функции SHA, а также средства, позволяющие создать цифровую подпись.

Для использования этих алгоритмов, в первую очередь необходимо импортировать пакет *java.security.**. Например, в алгоритме RSA или DSA необходимы публичный и приватный ключи. Для генерации этих ключей реализован класс *KeyPairGenerator*. *KeyPairGenerator.keyGen = KeyPairGenerator.getInstance ()*, который как аргумент принимает выбранный разработчиком алгоритм шифрования.

Инструкциями непосредственно генерирующими пары ключей и выделяющие два отдельных ключа являются: *KeyPair pair = keyGen.generateKeyPair();*

PrivateKey privKey = pair.getPrivate(); //приватный ключ

PublicKey pubKey = pair.getPublic(); //публичный ключ

Криптография в .NET. Пространство имен *System.Security* открывает программный доступ к самым разнообразным криптографическим сервисам, с помощью которых приложения могут шифровать и дешифровать данные.

К примеру, *SymmetricAlgorithm* является абстрактным базовым классом, который реализует алгоритмы симметричного шифрования, такие как DES, RC2, Rijndael, AES.

К ассиметричным алгоритмам относятся DSA и RSA. Они являются производными от абстрактных классов DSA и RSA, в свою очередь производных от *AsymmetricAlgorithm*.

Пространство имен *Cryptography* содержит базовый класс *HashAlgorithm* и производные классы, поддерживающие алгоритмы MD5, SHA1, SHA256, SHA384 и SHA512. Числа в названиях версий SHA-алгоритмов соответствуют длине создаваемых ими хешей.

Классы *RSAPKCS1* и *DSAPKCS1* *SignatureFormatter/Deformatter* создают цифровую подпись. Они унаследованы от классов *AsymmetricSignatureFormatter/Deformatter*, предоставляющих стандартный интерфейс создания и верификации цифровой подписи — методы *CreateSignature* и *VerifySignature*.

Криптографический язык программирования. Кроме некоторых пространств имён в языках программирования, существует и криптографический язык, разработанный компанией Galois. Этот язык получил название *Cryptol*. Он является предметно-ориентированным языком и служит инструментом реализации и верификации алгоритмов шифрования.

ВЫВОДЫ. Существует такая поговорка, что тот, кто владеет информацией - владеет миром. Это утверждение абсолютно верно, особенно, если учесть, что какая-либо утечка информации может привести к непредсказуемым последствиям. Именно поэтому были разработаны различные алгоритмы шифрования данных, а затем реализованы в удобном для использования, производителям программного обеспечения, виде в языках программирования. Существуют также и большое разнообразие, неverifiedированных ещё, пользовательских библиотек, однако их использование может привести к неконтролируемому распространению ключевой информации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Java™ Cryptography Architecture Standard Algorithm Name Documentation
<https://docs.oracle.com/javase/7/docs/technotes/guides/security/StandardNames.html>
2. System.Security.Cryptography Namespace <https://docs.microsoft.com/en-us/dotnet/api/system.security.cryptography?view=netframework->
3. BRUCE SCHNEIER, *Applied Cryptography: Protocols, Algorithms and Source Code in C*, 20th Anniversary Edition, ISBN: 978-1-119-43902-8, Wiley: 2017, 784 p.

DIGITAL TRENDS IN ACCOUNTING

TRENDURI DIGITALE ÎN CONTABILITATE

CAPAȚINA VALENTINA, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu- Bodoni, 61, MD-2005
e-mail: vcapatina@yahoo.com

NICOLAESCU ANA MARIA, stud., anul I, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice a Moldovei
Republica Moldova, mun. Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu- Bodoni, 61, MD-2005
e-mail: am.nicolaescu00@gmail.com

Abstract. *Technological innovations in recent years have caused massive changes in the economy. Information technologies are widely implanted in all economic areas and accounting is not an exception. Nowadays there are many digital trends, but not all can be applied in accounting practice. Information technologies are primarily used in accounting with the purpose to reduce the costs, but also for a more effective communication with customers. The objective of this research is to determine the digital trends with the greatest impact on accounting practice, analyzing the main technological innovations that are implemented in the contemporary economy. Finally, I came to the conclusion that the main trends in accounting are: Data Automation and Digitization, Adaptive Security, Blockchains, Cloud computing, social networking in official communication, Chatbots.*

Key words: *Digital trends in accounting, blockchain, cloud computing, social media, chatbot, automatization, digitalization.*

JEL CLASSIFICATION: M40, O31, O33

INTRODUCERE. Inovațiile tehnologice din ultimii ani au provocat schimbări masive ale economiei. Tehnologiile precum cum ar fi automatizarea și digitalizarea datelor, blockchain-urile cu posibilitatea de a ajuta întreprinderile să utilizeze metode noi de prelucrare a tranzacțiilor digitale și dezvoltarea intensivă a inteligenței artificiale creează premisele pentru cea de a patra revoluție tehnică sau altfel zis "Economia de transformare". Însă în ciuda convingerii pe scară largă că progresele tehnologice reprezintă o provocare majoră pentru contabili, există o credință aproape la fel de răspândită că ar putea oferi soluții și pentru multe dintre problemele profesiei și oportunități de creștere semnificativă.

Obiectivele acestei cercetări constau în determinarea trendurilor digitale cu cel mai mare impact asupra practicii contabile, analizând principalele inovații tehnologice actuale pentru economia contemporană pe plan mondial și în Republica Moldova.

ANALIZA SURSELOR BIBLIOGRAFICE. Cercetarea în cauză se bazează pe analiza literaturii de specialitate și a experienței specialiștilor din firmele mari precum BKR International [1, 2], dar și a specialiștilor din cadrul organizațiilor profesionale precum Chartered Accountants Australia and New Zealand [3].

DESCRIEREA METODEI DE CERCETARE UTILIZATĂ. Pentru realizarea scopului au fost utilizate următoarele metode de cercetare: metoda universală a dialecticii și procedeele acesteia - inducția și deducția; analiza și sinteza; abstracția științifică.

REZULTATELE OBȚINUTE. Conform Maureen Schwartz directorul executiv al BKR International există următoarele trenduri în contabilitate: video blog-urile; aplicații pentru analiza datelor; chatbot-urile; securitate adaptativă; automatizarea marketeng-ului; recrutarea digitală; rețele sociale în promovare și comunicarea cu clientul [1]. În același timp există și alte opinii precum cea a lui Jeff Borschowa de la firmofthefuture.com, care evidențiază următoarele tendințe: cloud computingul, utilizarea rețelelor sociale în comunicarea oficială; analiza digitală a datelor; utilizarea mobilului în practica contabilă [2]. Pe lângă cele menționate, specialiștii de la Chartered Accountants Australia and New Zealand constată 3 trenduri majore : inteligența artificială și automatizarea datelor; soft contabil pe

bază de tehnologie cloud; blockchain-ul [3]. Analizând următoarele trenduri am considerat actuale pentru Republica Moldova următoarele 6:

1. Automatizarea și digitalizarea datelor- Automatizarea presupune transferul anumitor sarcini de pe om pe tehnologie. Exemplu ar servi generarea registrelor contabilitate pe baza documentelor primare introduse în IC. Anterior completarea registrelor fiind responsabilitate contabilului. Digitalizarea la rândul său presupune procesul de schimbare business modelului, bazat pe tehnologii. Altfel zis, având în vedere automatizarea informațiilor contabile, în cadrul unei firme de contabilitate, în loc să se angajeze 5 contabili, se angajează spre exemplu 3 operatori și doar 2 contabili, prin această decizie, reducând costurile de producție.

2. Securitatea adaptativă- securitatea cibernetică este extrem de importantă în contabilitate întru cât informațiile ce pot fi deduse din evidența contabilă pot fi extrem de utili în concurența neloială între firme. Permite detectarea precoce a problemelor de securitate și un răspunde autonom atunci când apare un eveniment rău intenționat.

3. Blockchain-urile-are potențialul de a spori industria contabilă prin reducerea costurilor de menținere și reconciliere a registrelor și prin asigurarea unei certitudini absolute asupra proprietății și istoricului activelor. În loc să țină înregistrări separate pe baza chitanțelor tranzacțiilor, companiile își pot scrie tranzacțiile direct într-un registru comun, creând un sistem interconectat de înregistrări contabile durabile. Întrucât toate intrările sunt distribuite și închise criptografic, șansele de distrugere sau de manipulare a acestora pentru a ascunde activitatea este practic imposibilă.

4. Cloud computing-ul- soft-ul de contabilitate de tip cloud computing este practic același obișnuit software de contabilitate dar care este găzduit pe servere de la distanță. Folosind software-ul de contabilitate cloud computing, întreprinderea nu trebuie să instaleze și să mențină software-ul pe computerele individuale desktop. De asemenea, le permite angajaților aflați la distanță sau sucursalelor să acceseze aceleași date și aceeași versiune a software-ului.

5. Rețelele de socializare în comunicarea oficială-social media este platforma perfectă pentru brand-ul dvs. - și care începe cu privirea la social media ca o modalitate de a îmbunătăți modul în care interacționați cu colegii și chiar cu clienții.

6. Chatbot-urile- ChatBot-urile sunt programe de calculator sofisticate utilizate pentru a comunica fie prin text sau audio. Utilizarea acestor programe face posibil ca departamentul contabil să îndeplinească alte sarcini și să se implice doar în a răspunde la întrebări mai complexe decât cele pe care Bot este pregătit să le răspundă.

CONCLUZII.

1. Am constatat că automatizarea și digitalizarea datelor au un impact major asupra profesiei contabile, însă dacă e un impact pozitiv sau negativ depinde doar de adaptabilitatea practicienilor și a instituțiilor ce vor instrui viitorii practicieni.

2. S-a stabilit că lipsa unui cadru legal bine formula pentru securitatea cibernetică, creează necesitatea de a securiza datele. Iar pentru a ține pasul cu viteza de dezvoltare a diferitor riscuri cibernetice este nevoie de o securitate adaptativă.

3. Analizând utilizarea cloud computing-ul în practica contabilă am determinat că această tehnologie creează condițiile necesare pentru globalizarea profesiei, adăugându-i flexibilitate.

4. Am conchis că datorită structurii sale, blockchainul deține potențialul de a eficientiza auditul și poate să adauge transparență în evidența contabilă.

5. S-a constatat că chatbot-urile au aplicabilitate și în contabilitate, acestea economisind timpul contabililor preluând întrebările simple și repetitive.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. <https://www.accountingtoday.com/list/10-accounting-technology-trends-for-2018>.
2. <https://www.firmofthefuture.com/content/4-key-trends-shaping-the-transformation-of-the-accounting-industry/>.
3. <https://www.youunlimitedanz.com/be-inspired/articles/top-3-accounting-technology-trends>.

INFORMATION SUBSYSTEM ON MANAGEMENT OF INTELLIGENT AGRICULTURE SERVICES

SUBSISTEM INFORMATIONAL PRIVIND GESTIUNEA SERVICIILOR ÎN AGRICULTURA INTELIGENTĂ

Conducător științific: Anatol GODONOAGĂ
Academia de Studii Economice din Moldova,
str. Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, R. Moldova,
e-mail : anagodon22@yahoo.com

Autor: Ana CIORBU
Academia de Studii Economice din Moldova,
str. Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, R. Moldova,
e-mail : ciorbu.ana97@gmail.com

Abstract. *Smart farming is an area of the future of IoT (Internet of Things) within Industry 4.0. Climate change affects the policies of exploiting natural resources, becoming a serious problem in the context of agricultural and food production. Continuous monitoring of environmental parameters and automation of agricultural processes can optimize resources and maximize production. The result of this paper is both conceptual design and Smart Farm design, an IoT system specifically designed for intelligent agriculture. In particular, the intended solution is able to detect some of the most important field parameters to feed a decision-making process leading to the automatic and irrigation fertilization subsystem. In addition, to achieve energy autonomy, Smart Farm is powered by a photovoltaic installations.*

Key words: *Agricultura Inteligentă, IoT, Productivitate, Automatizare, Date Reale.*

INTRODUCERE

Cea de-a patra revoluție industrială, cunoscută sub numele de Industria 4.0, implică un ecosistem digital capilar care cuprinde fiecare componentă individuală a fabricii, de la domeniul la nivelurile de supervizare [1]. IoT este o tehnologie de bază pentru Industria 4.0, deoarece poate oferi în mod inerent capacități de comunicare pentru orice dispozitiv din cadrul unei instalații de interes [2]. Aceste dispozitive pot crea un mediu omniprezent și conectat în rețea, denumit de obicei Sistem Cyber-Fizic (CPS), care poate oferi servicii neprevăzute în majoritatea verticalelor cunoscute până acum [3]. De fapt, integrarea tehnologiilor CPS, IoT și a tehnologiilor de calcul cloud cu mașini agricole poate favoriza crearea de sisteme de agricultură de precizie, instrumente automate de planificare a irigației, optimizarea procesului de creștere a plantelor, monitorizarea terenurilor agricole și managementul producției, care aduce avantaje semnificative în ceea ce privește gestionarea clasică a culturilor [4]. Aplicațiile potențiale de IoT în agricultura inteligentă acoperă o gamă largă de scenarii: gestionarea cu efect de seră a senzorilor, îmbunătățirea eficienței energetice, observarea fazelor fenologice, detectarea insectelor sau a bolilor culturilor, precum și trasabilitatea lanțului de producție [5].

În ciuda avantajelor clare pe care le aduce IoT în aceste medii, crearea unor software-uri doar pentru soluții de decizie (DST) este o abordare destul de limitată la perspectivele de automatizare completă pe care aceste tehnologii le-ar permite. DST ajută la luarea deciziilor prin oferirea de informații utile despre mușcăturile ușor consumabile, dar este încă dificil să analizăm date intangibile sau nedefinite și, deși aceste software-uri au devenit mult mai simple pe parcursul anilor, mulți agricultori încă consideră că este dificil de folosit.

Pentru a depăși acest decalaj se propune soluția software pentru a integra procesul de luare a deciziilor și atât automatizarea fertilizării, cât și automatizarea irigației.

CONȚINUT

IoT este extensia conectivității Internet în dispozitive fizice și obiecte de zi cu zi. Încorporate cu electronice, conectivitate la Internet și alte forme de hardware (cum ar fi senzori), aceste

dispozitive pot comunica și interacționa cu alții pe Internet și pot fi monitorizate și controlate de la distanță.

Definirea IoT a evoluat datorită convergenței mai multor tehnologii, analizelor în timp real, învățării mecanice, senzorilor de mărfuri și sistemelor integrate. [7]

Ce este agricultura inteligentă?

Agricultura inteligentă este o revoluție în industria agricolă care ajută la ghidarea acțiunilor necesare pentru a modifica și reorienta sistemele agricole pentru a sprijini în mod eficient dezvoltarea și a garanta securitatea alimentară în timpul unui climat în continuă schimbare. Principalul obiectiv al abordării agriculturii inteligente este creșterea productivității și veniturilor agricole. Agricultura inteligentă din punct de vedere al climei contribuie la reducerea sau eliminarea emisiilor de gaze cu efect de seră.

În acest sens, agricultura inteligentă este strâns legată de trei domenii tehnologice interconectate:

Sisteme informatice de management: Sisteme planificate de colectare, prelucrare, stocare și diseminare a datelor în forma necesară pentru desfășurarea operațiunilor și funcțiilor unei ferme.

Agricultura de precizie: gestionarea variabilității spațiale și temporale pentru a îmbunătăți randamentul economic după utilizarea inputurilor și a reduce impactul asupra mediului. Permite utilizarea pe scară largă a GPS-urilor, imaginilor aeriene de către drone și cea mai recentă generație de imagini furnizate de sateliți.

Automatizarea agriculturii și robotică: Procesul de aplicare a tehnicilor de robotică, control automat și de inteligență artificială la toate nivelurile producției agricole.

Agricultura inteligentă poate oferi, de asemenea, beneficii mari în ceea ce privește problemele de mediu, de exemplu prin utilizarea mai eficientă a apei sau prin optimizarea tratamentelor și a fertilizărilor [6].

Beneficiile agriculturii inteligente:

Există multe motive pentru a pune în aplicare o soluție agricolă inteligentă în agricultura comercială și locală. Într-o lume în care internetul lucrurilor accelerează adoptarea colectării și automatizării datelor, o industrie importantă precum agricultura poate beneficia în mod sigur.

Monitorizarea și colectarea datelor privind umiditatea solului, temperatura aerului, umiditatea aerului și intensitatea luminii solare în mai multe domenii vor îmbunătăți eficiența utilizării apei și a randamentului culturilor agricole mari și locale. Iată câteva avantaje ale implementării unei soluții inteligente pentru agricultură:

Creșterea producției - Tratarea optimă a culturilor, cum ar fi plantarea corectă, udarea, aplicarea pesticidelor și recoltarea.

Conservarea apei - Predicțiile meteorologice și senzorii de umiditate a solului permit folosirea apei numai atunci când și acolo unde este nevoie.

Real-Time Data - Agricultorii pot vizualiza nivelurile de producție, umiditatea solului, intensitatea luminii solare și mai mult în timp real și de la distanță pentru a accelera procesul de luare a deciziilor.

Costuri de operare reduse - Procesele automatizate de plantare, tratare și recoltare pot reduce consumul de resurse, eroarea umană și costul total.

Creșterea calității producției - Analizând calitatea producției și rezultatele în corelație cu tratamentul poate învăța fermierii să ajusteze procesele pentru a spori calitatea produsului.

Monitorizare de la distanță - Fermierii locali și comerciali pot monitoriza mai multe domenii în mai multe locații de pe glob dintr-o conexiune la internet. Deciziile pot fi luate în timp real și de oriunde.

Monitorizarea echipamentelor - Echipamentele pentru agricultură pot fi monitorizate și întreținute în funcție de ratele de producție, eficiența muncii și predicția defecțiunilor.

CONCLUZIE

IoT a îmbunătățit cu adevărat multe industrii, oferind colectarea datelor, înțelegerea în timp real și automatizarea proceselor prin intermediul senzorilor cu costuri reduse.

După cum se poate observa din beneficiile de mai sus, industria agricolă în ansamblu poate beneficia într-adevăr de implementarea unei astfel de soluții sau platforme IoT. Nu numai soluția agricolă inteligentă este metoda inovatoare a agriculturii de azi, ci soluția-cheie pentru îngrijorarea din ce în ce mai mare a consumului alimentar și a amprente de mediu a populației globale.

BIBLIOGRAFIE

1. Rainer Drath și Alexander Horch. Industrie 4.0: Hit sau hype [industrie forum]. Revista electronică industrială IEEE, 8(2):56–58, 2014.
2. Ala Al-Fuqaha, Mohsen Guizani, Mehdi Mohammadi, Mohammed Aledhari și Moussa Ayyash. Internetul lucrurilor: Un sondaj privind tehnologiile, protocoalele și aplicațiile care permit. IEEE Communications & Tutoriale de comunicații, 17(4):2347–2376, 2015.
3. M. Hermann, T. Pentek și B. Otto. Principii de proiectare pentru industria 4.0 scenarii. În 2016, la Conferința Internațională de 49 de Conferințe Hawaii privind științele sistemelor (HICSS), pages 3928–3937, Jan 2016.
4. Partha Pratim Ray. Internetul lucrurilor pentru o agricultură inteligentă: tehnologii, practici și direcție viitoare. Jurnalul de Inteligență Ambientală și Medii Inteligente, 9(4):395–420, 2017.
5. Limitări și dezavantaje ale sistemelor de suport decizional.
<https://www.managementstudyguide.com/limitations-and-disadvantages-of-decision-support-systems.htm> (Accesat 01/05/2019).
6. Smart Farming Thematic Network <https://www.smart-akis.com/> (Accesat 01/05/2019).
7. Internet of Things https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_of_things (Accesat 01/05/2019).

WEB-BASED PLATFORM FOR THE INTELLECTUAL COMPETITIONS ADMINISTRATION (Balkan Mathematical Olympiad 2019)

PLATFORMĂ WEB PENTRU GESTIUNEA COMPETIȚIILOR INTELECTUALE (Olimpiada Balcanică la Matematică 2019)

Conducător științific: Boris DELIMARSCHI
Academia de Studii Economice din Moldova,
str. Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, R. Moldova,
e-mail : stud2me@gmail.com

Autor: Andrei SECU
Academia de Studii Economice din Moldova,
str. Bănulescu-Bodoni 61, MD-2005, Chișinău, R. Moldova,
e-mail : andrei.secu1997@gmail.com

Rezumat. Științele exacte reprezintă una dintre cele mai importante domenii ale lumii curente, în care progresul pune accent pe automatizarea proceselor. În scopul de a uni oamnei și idei care pot sta la baza unor progrese uimitoare periodic sunt organizate competiții intelectuale. Această cercetare, are drept obiectiv evidențierea aspectelor legate de automatizarea unor etape din cadrul acestor competiții prin aducerea unui exemplu particular - platforma web Olimpiada Balcanică la Matematică 2019.

Key words: Inovații, Dezvoltare, Automatizare, Web, Competiții, Științe exacte.

JEL CLASSIFICATION: O33 – Technological Change : Choices and Consequences

INTRODUCTION

As time as world inovation process is growing exponentially, the whole society is forced to share knowledge as well as living without being up to date is not more intersting. One of the ways for sharing experiences are intellectual competitions that serves as a good environment for knowledge transfer and also for continuous development. Year by year, these competitions involves more and more people, therefore organizers were looking for a solution that can facilitate their hard work as organizational committee. The platform propoused to analyze is the dedicated BMO2019 (Balkan

Mathematical Olympiad 2019) web portal, which was developed as a required tool for Ministry of Education, Culture and Research of Moldova.

CONTENT.

As was mentioned above, intellectual competitions are playing an important role for education and society development. These are organized for different fields of education as art, linguistic, physics, chemistry, math, and not only. The importance of such competitions results from the following assumptions:

- High number of participants;
- Different culture backgrounds;
- Knowledge Transfer;
- Discovering new talents.

In order to ensure a good administration and organization of such events, professors and doctors from different countries proposed to build some web-based portals that will inform and keep up date all the stakeholders. Therefore, as part of this research were analyzed some already build platforms as :

- ✓ www.bmo2018.dms.rs
- ✓ www.imo-official.org
- ✓ www.imo2018.org.ro

Thus, all the main functionalities that should be delivered as components of such web-platforms are the following:

- Provide up to date text information regarding contest regulation;
- Share contest problems and solutions as external documents;
- Display the Programm, Committee and other;
- Assure the stakeholders with Contact details and easy navigation menu;
- Build an restricted administrative web side which will manipulate with presented data from platform.
- Create results statistics for organizers;
- Design an user friendly view for the platform.

For this purpose, Ministry of Education, Culture and Research of Moldova had consulted some specialists and build a new web-based platform www.bmo2019.md. In the next paragraphs will be inspected the particular aspects of mentioned platform.

The php language used within Laravel 5.6 version framework assures a high navigation speed for users who access the BMO2019 platform. The design is evaluated as a modern technology that combines JavaScript, CSS, HTML and some new frameworks as Angular, JQuery and Bootstrap. As result of nominated ways of implementation, the stakeholder received an platform that consists of two main structures : Open one and Restricted One.

The Open frame can be accessed by any interested person who wants to have a clear view over Olympiad details. When users navigates to www.bmo2019.md, they are redirected to home page, where they can select the next option from left menu box. Main platform sections are :

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| • Home | • Programme |
| • Regulations | • Problems/Solutions |
| • Organizers and Partners | • Gallery |
| • Committees | • Information |
| • Participants | • Contact |

The second restricted frame provides a set of consistent statistics regarding competition results, and can be accessed only through the login process. More than that, on this frame the admin-user is able to manipulate each detail from Open side, as well as he can manage or organize any olympiad he wants.

CONCLUSION. Overall, the BMO2019 covers all the necessary components used for a good organization of intellectual competitions. The generic ways it was implemented assure the authors of this project to adapt the solution to any similar competition without spending much effort and resources. Following this research, we can say that such systems bring a lot of value to development world.

REFERENCES

1. www.bmo2018.dms.rs : Official address of Balcan Math Olympiad 2018;
2. www.bmo2019.md : Official address of Balcan Math Olympiad 2019;
3. www.imo-official.org : Official address of International Math Olympiad;
4. www.laravel.com : Official web-address of development platform Laravel.

În redacția autorilor
Machetare: Maria Budan

Semnat pentru tipar 02.11.2018

Coli editoriale 17,5. Coli tipografice 27,50.

Serviciul Editorial-Poligrafic al ASEM
Chișinău-2005, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni, 59
tel.: 402-910