



MINISTERUL EDUCAȚIEI
ȘI CERCETĂRII
AL REPUBLICII MOLDOVA



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA”
din IAȘI



HR EXCELLENCE IN RESEARCH



Universitatea
„Ștefan cel Mare”
din Suceava

Lucrări științifice

**SIMPOZIONUL ȘTIINȚIFIC CU
PARTICIPARE INTERNAȚIONALĂ
AL TINERILOR CERCETĂTORI**

EDIȚIA A XXIII-a

(11 – 12 aprilie 2025)

Vol. I

**Republica Moldova
Chișinău, 2025**



MINISTERUL EDUCAȚIEI
ȘI CERCETĂRII
AL REPUBLICII MOLDOVA



UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA”
din IAȘI



SIMPOZIONUL ȘTIINȚIFIC CU PARTICIPARE INTERNAȚIONALĂ AL TINERILOR CERCETĂTORI

EDIȚIA A XXIII-a

11-12 aprilie 2025

Volumul I

Chișinău, Republica Moldova

CZU 082=135.1=111=161.1
S 58

Lucrări științifice ale simpozionului științific cu participare internațională al tinerilor cercetători, ediția a XXIII-a, 11-12 aprilie, 2025.

Copyright 2025

Editori:

Academia de Studii Economice din Moldova, 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.

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN REPUBLICA MOLDOVA

Simpozionul Științific cu participare internațională al Tinerilor Cercetători : Ediția a 23-a : 11-12 aprilie 2025, Chișinău : Lucrări științifice / comitetul științific: Cociug Victoria (președinte) [et al.]. – Chișinău : SEP ASEM, 2025 – . – ISBN 978-9975-168-35-9.

Cerințe de sistem: PDF Reader.

Vol. 1. – 2025. – 418 p. : fig., tab. color. – Antetit.: Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova, Academia de Studii Economice a Moldovei [et al.]. – Texte : lb. rom., engl., rusă. – Rez.: lb. rom., engl., fr. – Referințe bibliogr. la sfârșitul art. –

ISBN 978-9975-168-36-6 (PDF).

082=135.1=111=161.1

S 58

ISBN 978-9975-168-36-6 (PDF).

DOI: <https://doi.org/10.53486/sstc2025.v1>

©Academia de Studii Economice din Moldova

©Editura ASEM, 2025

Acest volum include lucrările științifice prezentate la simpozionul științific cu participare internațională al tinerilor cercetători, ediția XXIII, 11-12 aprilie 2025, care s-a desfășurat în cadrul Academiei de Studii Economice din Moldova (ASEM), Chișinău, Republica Moldova.

COMITETUL DE ORGANIZARE

TURCANU ALEXANDRA, *studentă, gr. D-212; facultatea Economie Generală și Drept, ASEM*
GÎNDEA GABRIELA, *studentă, gr. EG-221, facultatea Economie Generală și Drept, ASEM*
OJOVAN ROMANIȚA, *studentă, gr. FB-223 eng., facultatea Finanțe, ASEM*
IZURIC MIHAELA, *studentă, gr. FB221, facultatea Finanțe, ASEM*
BULGAC NICOLAI, *masterand, Finanțe Publice și Fiscalitate; Școala Masterală de Excelență în Economie și Business, ASEM*
LOZOVAN NICOLETA, *studentă, gr. BA 232, facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*
CHIRILA DIANA, *studentă, gr. BA 232, facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*
NISTOR NICOLETA, *studentă, gr. MRU-221, facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*
ȘINCARENCO ANA, *studentă, gr. TAP 241, facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*
TEAȘCO ECATERINA, *studentă, gr. SHT 222, facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*
TALPĂ ALEXANDRU, *student, gr. MKL-231, facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*
OSMATESCO DARIA, *studentă, gr. MKL-235, facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*
ȘOTROPA IULIAN, *student, gr. CIB-221, facultatea Tehnologii Informaționale și Statistica Economică, ASEM*
DĂNILĂ DANIELA, *studentă, gr. CON 233, facultatea Contabilitate, ASEM*
LOGHIN DANIELA, *studentă, gr. Gr. CON 233, facultatea Contabilitate, ASEM*
ZORILĂ ANA-MARIA, *studentă, EMREI 222, facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM*
ȘARGAROVSKI ANASTASIA, *studentă, gr. EMREI 241, facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM*
MOSCALU DANIELA, *studentă, specialitatea EGCE, facultatea Științe Economice și Administrație Publică, USV Suceava*
BOTNARI ANDREEA, *studentă, specialitatea EGCE, facultatea Științe Economice și Administrație Publică, USV Suceava*

COMITETUL ȘTIINȚIFIC ȘI MODERATORII SECȚIUNILOR

COCIUG VICTORIA, *dr., conf. univ., Prorector pentru cercetare și parteneriate – Președinte*, ORCID 0000-0001-8114-4644

TIMOFEI OLGA, *dr., conf. univ., Serviciul de Organizare a Evenimentelor Științifice, Direcția de Cercetare, Dezvolare și Inovare*, ORCID 0000-0002-2201-9496

ROMANOVA ANASTASIA, *dr., conf. univ., Specialist Principal, Serviciul de Organizare a Evenimentelor Științifice, Direcția de Cercetare, Dezvolare și Inovare*, ORCID 0000-0003-2683-9827

SOLOMATIN ALA, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0002-2095-6996

RAILEAN ELENA, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0001-5205-7971

SAHARNEANU LILIANA, *asist. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0003-1763-4694

FEDORCIUCOVA SVETLANA, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0003-1996-0873

BULICAN ADRIAN, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0002-1249-5341

NEGRU ION, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0003-0055-7805

IORDACHI SILVIA, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0003-0239-0009

HĂBĂȘESCU MARIANA, *asist. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0003-2042-3265

CIOBU STELA, *dr., conf.univ., facultatea Finanțe, ASEM*, ORCID 0000-0002-2542-0955

ȘAVGA GHENADIE, *dr., conf.univ.; facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0003-3915-0359

LOPOTENCO VIORICA, *dr. hab., conf. univ., facultatea Finanțe, ASEM*, ORCID 0000-0003-1296-1995

MISTREAN LARISA, *dr., conf.univ.; facultatea Finanțe, ASEM*, 0000-0002-4867-937X

CHICU NADEJDA, *dr., conf. univ., facultatea Finanțe, ASEM*, ORCID 0009-0009-3573-4809

DZIUBEȚCAIA TATIANA, *dr., conf. univ., facultatea Finanțe, ASEM*, ORCID 0000-0002-9592-3240

VACULOVSCI DORIN, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0002-1500-0113

BAIEȘU MARINA, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0003-1274-6347

IGNATIUC DIANA, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0000-0002-8229-8941

BARBĂNEAGRĂ OXANA, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM*, ORCID 0009-0008-2567-0170

COJOCARU VLADLEN, *dr., conf. univ., facultatea Economie Generală și Drept, ASEM*, ORCID 0009-0001-8651-260

GRÂU-PANȚUREAC MARIA, *dr., conf. univ., facultatea Economie Generală și Drept, ASEM*, ORCID 0009-0002-3274-7291

CODREANU ALINA, *lector univ., facultatea Economie Generală și Drept, ASEM*, ORCID 0000-0001-9996-7630

CHICU OLGA, *asist. univ., facultatea Tehnologii Informaționale și Statistica Economică, ASEM*, ORCID 0009-0007-3885-3825

TACU MARIANA, *asist. univ., facultatea Tehnologii Informaționale și Statistica Economică, ASEM*, ORCID 0009-0003-0779-7235

HÎRBU EDUARD, *dr., conf. univ., facultatea Tehnologii Informaționale și Statistica Economică, ASEM*, ORCID 0000-0002-3281-7280

BAJAN MAIA, *dr., conf. univ., facultatea Contabilitate, ASEM*, ORCID 0000-0001-6903-8275

CARAMAN STELA, *dr., conf. univ., facultatea Contabilitate, ASEM*, ORCID 0000-0003-1523-7126

MELNIC GEORGETA, *dr., conf. univ., facultatea Contabilitate, ASEM*, ORCID 0000-0003-3876-5394

POPA MARINA, *dr., conf. univ., facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM*, ORCID 0000-0001-7668-2309

PÎRLOG ANGELA, *dr., conf. univ., facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM*, ORCID 0000-0003-1137-1555

DRAGOMIR BĂLĂNICĂ CARMELIA, *dr., conf. univ., Universitatea "Dunărea de Jos" Galați*, ORCID 0000-0002-7537-9217

RADU PETRARIU, *dr., conf. univ., Decan, Facultatea de Relații Economice Internaționale, Academia de Studii Economice din București*

ILIE ANCA GABRIELA, *prof. univ., dr. hab., Academia de Studii Economice din București*, ORCID 0009-0003-6295-0159

BENEA-POPUȘOI, *dr., conf. univ., facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM*, ORCID 0000-0001-9102-9682

DODU-GUGEA LARISA, *dr., conf. univ., facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM*, ORCID 0000-0003-4677-7053

CIMPOIEȘ LILIANA, *dr., conf. univ., facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM*, ORCID 0000-0003-4677-7053

GHILEȚCHI ZORINA, *drd., facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM*, ORCID 0000-0002-1013-752

LUPAN MARIANA, *dr., conf.univ., USV Suceava*, ORCID0000-0002-2256-8276

POPESCU MIHAI, *dr., conf.univ., USV Suceava*

NĂSTASE CARMEN EUGENIA, *prof. univ., dr. hab., USV Suceava*, ORCID 0000-0002-1660-2087

BALAN ALIONA, *dr., conf.univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM,*
ORCID 0000-0003-0094-7272

BUCOS TATIANA, *dr., conf.univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM,*
ORCID:0000-0001-6448-6001

ABRAMIHIN CEZARA, *dr., conf. univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM,*
ORCID 0000-0001-9657-2481

ȚURCAN GALINA, *dr., lector univ., facultatea Business și Administrarea Afacerilor, ASEM,*
ORCID 0000-0002-7360-2761

ANDRONATIEV VICTOR, *dr., conf. univ., facultatea Tehnologii Informaționale și Statistica Economică, ASEM,*
ORCID 0000-0002-0294-457X

CATRUC ADRIANA, *asist. univ., facultatea Tehnologii Informaționale și Statistica Economică, ASEM,*
ORCID 0000-0002-9024-8610

RUSU DJULIETA, *dr., conf. univ., facultatea Relații Economice Internaționale, ASEM,*
ORCID 0000-0002-1716-4891

CUPRINS

ȘEDINȚA PLENARĂ

BUSINESS STRATEGIES IN THE NEW INTERNATIONAL CLIMATE	14
<i>ALEXA Adelina, studentă, specialitatea: EMREI</i>	
TRANSFORMATIONS OF THE ECONOMIC BEHAVIOR IN A DIGITAL CONTEXT	18
<i>GÎNDEA Gabriela, studentă, specialitatea: Economie , ASEM</i>	
PAYMENT SYSTEMS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: TRENDS, CHALLENGES AND OPPORTUNITIES	22
<i>OJOVAN Romanita, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
TRANSATLANTIC TRADE RELATIONS IN THE CONTEXT OF THE CURRENT US ECONOMIC POLICY	27
<i>DOMBROVSCHI Livia, studentă, specialitatea: EMREI</i>	
ACCEPTING MULTILINGUALISM AND CULTURAL PLURALISM: A DIMENSION OF ACHIEVEMENT IN THE GLOBAL BUSINESS COMMUNITY	32
<i>BÎRCA Andreina, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică</i>	

SECȚIUNEA 1. ABORDĂRI MODERNE ÎN MANAGEMENT ȘI DEZVOLTAREA DURABILĂ A AFACERILOR

DEVELOPMENT OF MOLDCCELL COMPANY THROUGH PRODUCT DIVERSIFICATION AND INNOVATION.....	37
<i>CALIN Feodosia, studentă, specialitatea: BA</i>	
THE ROLE OF INNOVATION IN DEVELOPING A LEADERSHIP STRATEGY IN THE BANKING SECTOR.....	41
<i>COVALENCO Larisa, studentă, specialitatea: BA</i>	
CHALLENGES OF IMPLEMENTING SOCIAL INITIATIVES: EXPERIENCE AND REALITY	46
<i>PANAS Daria, studentă, specialitatea: BA</i>	
THE IMPACT OF GENERATION Z ON CORPORATE CULTURE.....	49
<i>DOLHER Hanna studentă, specialitatea: BA</i>	
SUSTAINABLE PRODUCTION AND MINIMIZATION OF INDUSTRIAL WASTE	54
<i>LOZOVAN Nicoleta, studentă, specialitatea:BA</i>	
THE PERSONAL AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF EMPLOYEES WITHIN Î.M. „EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY” S.A.....	57
<i>MANAF Ionela, studentă, specialitatea: BA</i>	
EFFECTIVE STRATEGIES FOR EMPLOYEE MOTIVATION	61
<i>Niță Maria, studentă, specialitatea: BA</i>	
DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN REPUBLIC OF MOLDOVA65	
<i>OVCEARENCO Elena, studentă, specialitatea:BA</i>	
RISK MANAGEMENT IN THE SALES PROCESS AT “BICOMPLEX-CONSTRUCT” SRL	69
<i>OXANI Anastasia, studentă, specialitatea:BA</i>	
THE INNOVATIVE POTENTIAL OF JSC MOLDCCELL IN THE DIGITALIZATION ERA – OPPORTUNITIES AND CHALLENGES.....	74
<i>POPESCU Gabriela, studentă, specialitatea: BA</i>	

IMPACT OF AI ON DECISION-MAKING PROCESSES AND OPERATIONAL EFFICIENCY	78
<i>POSTOLACHE Alexandra, studentă, specialitatea: BA</i>	
MODERN TRENDS IN LOGISTICS.....	83
<i>Sibicheeva Arina, studentă, specialitatea: MKL</i>	
<i>Tabunscic Daria, studentă, specialitatea: MKL</i>	
FROM CHARISMA TO RESPONSIBILITY: A COMPLEX OF CHARACTERISTICS OF A SUCCESSFUL LEADER.....	87
<i>ZAVALII Ksenia, studentă, specialitatea: Contabilitate</i>	
QUALITY OF SERVICE PROVISION BASED ON THE STUDY SOROBAN S.R.L.....	90
<i>BLANARI Carina, studentă, specialitatea: BA</i>	
PROFESSIONAL BALANCE AND MENTAL HEALTH OF EMPLOYEES	95
<i>ȚEPORDEI Andreea, studentă, specialitatea: BA</i>	
ANALYZING THE ACTIVITY AND EVOLUTION OF COMPANIES IN THE FINANCIAL BANKING SYSTEM FROM A MANAGERIAL PERSPECTIVE.....	99
<i>CONDRU Mihail, student, specialitatea: BA</i>	
ORANGE SA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INITIATIVES	103
<i>CONDRU Nicolae, student, specialitatea: BA</i>	
CIRCULAR ECONOMY – A MODERN APPROACH TO BUSINESS MANAGEMENT	107
<i>ZAGORODNIUC Cristina, studentă, specialitatea: Ecologie și Protecția Mediului</i>	
THE IMPACT OF ECONOMIC AND FINANCIAL RISKS ON SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES.....	111
<i>TALPĂ Alexandru, student, specialitatea: MKL</i>	
THE CODE OF ETHICS – THE COMPASS OF INTEGRITY AT MOLDTELECOM.....	114
<i>ROȘCA Laura, studentă, specialitatea: BA</i>	
TRANSFORMING AGRICULTURE THROUGH ECO-FRIENDLY PRACTICES	118
<i>JARDAN Silviu, student, specialitatea: Marketing și Logistică</i>	
DEVELOPING THE COMPANY Î.M. "EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY" S.A. THROUGH PRODUCT DIVERSIFICATION	122
<i>CODRIȚCHI Valeria, studentă, specialitatea: BA</i>	
SECȚIUNEA 2. PERSPECTIVE DE DEZVOLTARE ÎN SFERA SERVICIILOR: COMERȚ, TURISM ȘI ALIMENTAȚIE PUBLICĂ	
CREATING AND DEVELOPING OF INNOVATIVE BREAD VARIETIES	127
<i>BUTUC Maria-Magdalena, studentă, specialitatea: TMAP</i>	
RESEARCH ON THE QUALITY OF FRESH COW'S CHEESE MARKETING IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA.....	132
<i>BUTUC Maria-Magdalena, studentă, specialitatea: TMAP</i>	
<i>LAZUR Victoria, studentă, specialitatea: TMAP</i>	
<i>CORCIMARI Victor, student, specialitatea: TMAP</i>	
SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES	137
<i>GANENCO Alexandra, studentă, specialitatea: FB</i>	
EVALUATION OF THE THERAPEUTIC RESOURCES OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM	141
<i>ȚURCAN Ecaterina, studentă, specialitatea: Servicii Hoteliere, Turism și Agrement</i>	

MAKING A GLUTEN AND SUGAR-FREE DESSERT	144

GANENCO Alexandra, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

ÉTIQUETAGE NUTRITIONNEL DES PRODUITS DE PÂTISSERIE COMMERCIALISÉS À CHIȘINĂU – CONFORMITÉ AUX RÉGLEMENTATIONS NATIONALES ET INTERNATIONALES	148

RACU Vasilina, studentă, specialitatea: TMAP

SECȚIUNEA 3. TENDINȚELE MARKETINGULUI MODERN

AI AS A PERSONALIZATION TOOL FOR PRODUCTS IN MARKETING	153

BERGHIA Iulia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

BYKOVNYKOVA Mariia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

THE EFFECT OF NEUROMARKETING ON CONSUMER BEHAVIOR	157

BOLEA Natalia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

CONVERSION RATE OPTIMIZATION AS PART OF THE E-COMMERCE MARKETING MIX	161

GÎRBU Ana-Maria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

ȘOCHICHIU Ion, student, specialitatea: Marketing și Logistică

THE IMPACT OF THE STORY MAKER IN SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGIES	165

MORARU Valeria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

MARKETING AND PROMOTION IN THE ONLINE ENVIRONMENT	168

POSTOLACHE Alexandrina, studentă, specialitatea: BA

INFLUENCE OF MUSIC ON THE PERCEPTION OF ADVERTISING	172

SUSHKOVA Anastasia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

FEATURES OF PROMOTING TOURIST SERVICES ON THE MARKET OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA	176

ȚURCAN Ecaterina, studentă, specialitatea: Servicii Hoteliere, Turism și Agrement

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING CONTENT CREATION. BENEFITS AND RISKS	180

FĂRÎMĂ Adelina, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

REPETUH Elena, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CONTENT MARKETING. AI-GENERATED CONTENT VS. HUMAN AUTHENTICITY	186

IPATI Valeria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

SAVCIUC Maria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

SOCIAL NETWORKING AS A FORM OF PROMOTING EDUCATIONAL OFFERS IN UNIVERSITY MARKETING	190

COLESNIC Vera, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

THE EVOLUTION OF THE REAL ESTATE MARKET IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA OVER THE LAST 10 YEARS	194

TALPĂ Alexandru, student, specialitatea: Marketing și Logistică

SECȚIUNEA 4. FINANȚELE ÎN ERA MODERNIZĂRII ȘI INOVĂRII

POSSIBLE CONSEQUENCES OF CHANGES IN EXCISE TAXES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	197

BÎICLÎ Tatiana, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

DIFFERENCES AND SIMILARITIES BETWEEN ACCOUNTING AND TAX REGULATIONS	201

CHIPRISEAN Maria, studentă, specialitatea: Contabilitate

THE IMPORTANCE OF VAT FOR THE BUDGET OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND THE PROBLEMS OF ITS MANAGEMENT	205
<i>TAȘCI Maria, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
ANALYSIS OF THE METHOD OF TAXING INCOME OF NATURAL PERSONS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	209
<i>COCIUG Ludmila, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
ADAPTATION OF THE TAX SYSTEM OF MOLDOVA TO EU STANDARDS	213
<i>CURU Anna, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
EVOLUTION AND CAUSE-EFFECT RELATIONSHIP OF INFLATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	217
<i>BOLEA Natalia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică</i>	
ANALYSIS OF THE STRUCTURE AND DYNAMICS OF EXPENDITURES OF THE NATIONAL PUBLIC BUDGET OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA	221
<i>BONDARENCO Anton, student, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
ANALYSIS OF ACCOUNTS RECEIVABLE AND PAYABLE AND THEIR IMPACT ON THE FINANCIAL CONDITION OF THE ENTERPRISE	226
<i>BONDARENCO Anton, student, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
FINANCIAL STABILITY AND CASH FLOW MANAGEMENT EFFICIENCY	230
<i>CURU Anna, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
TAX OBLIGATIONS FOR ONLINE SALES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION	235
<i>DĂNILĂ Daniela, studentă, specialitatea: Contabilitate</i>	
DYNAMICS AND CHALLENGES OF THE BUDGET PROCESS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	239
<i>GARȘTEA Adrian, student, specialitatea: Marketing și Logistică</i>	
DEBT AND EQUITY CAPITAL: FINDING THE OPTIMAL BALANCE OF THE ENTERPRISE	243
<i>GLAZIRINA Xenia, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
WHEN THE BALANCE SHEET BECOMES A THREAT, BUT THERE IS A WAY OUT: ANALYZING A COMPANY'S FINANCES USING ALTMAN, O'KEEFFE, AND LEE MODELS TO PREDICT BANKRUPTCY AND PREVENT A CRISIS	247
<i>GONCHAR Angelina, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
CUSTOMS VALUE AS A TOOL FOR COMBATING SMUGGLING: IMPACT ON TAXATION AND FINANCIAL REVENUES TO THE STATE BUDGET	252
<i>GONCHAR Anghelina, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
INFLUENCE OF STOCK TRADING APPLICATIONS ON THE SOCIAL-ECONOMIC SYSTEM	257
<i>LAVRIC Marius, student, specialitatea: Contabilitate</i>	
COMPARATIVE ANALYSIS OF PERSONAL INCOME TAXATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND OTHER COUNTRIES: EFFICIENCY AND IMPACT	260
<i>LOGHIN Daniela, studentă, specialitatea: Contabilitate</i>	
THE IMPACT OF TAXES AND DUTIES ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA	266
<i>LUCHIAN Valeria, studentă, specialitatea: Contabilitate</i>	
THE EVOLUTION AND PERSPECTIVES OF THE MONETARY SYSTEM OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA	270
<i>MORARU Valeria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică</i>	
CONTRIBUTION OF EXCISE DUTIES TO THE FORMATION OF PUBLIC BUDGET REVENUES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	274
<i>ONESCU Marin, student, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	

CURRENT STATUS AND RETROSPECTIVE OF EXCISE TAXATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	278
<i>POSTOLACHI Cristina, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
TAXATION OF INCOME FROM FREELANCING IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	282
<i>ROȘU Anastasia, studentă, specialitatea: Contabilitate</i>	
ANALYSIS OF FINANCIAL RISKS IN A MANUFACTURING ENTERPRISE AND THEIR IMPACT ON MANAGERIAL DECISION-MAKING	286
<i>ROȘU Anastasia, studentă, specialitatea: Contabilitate</i>	
LOCAL BUDGET ADOPTION CHALLENGES: THE CASE OF CHISINAU MUNICIPALITY	290
<i>SOKOLENKO Iosif, student, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
ROLE OF VAT IN THE FORMATION OF TAX REVENUES.....	294
<i>SOLOMARI-RUDEAN Artur, student, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
CHARACTERISTICS OF COMMERCIAL BANK OPERATIONS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	298
<i>TALPĂ Alexandru, student, specialitatea: Marketing și Logistică</i>	
EVOLUTION OF TAX REVENUES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE CONTEXT OF INTEGRATION INTO THE EUROPEAN UNION	301
<i>ZOINĂ Sidni, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
ANALYSIS OF THE PROPERTY AND SOURCES OF ITS FORMATION OF THE ENTERPRISE S.R.L. "SWEETLAND"	305
<i>BÎICLÎ Tatiana, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
<i>TAȘCI Maria, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
IFRS FOR COMPANIES: GROWTH OPPORTUNITY OR A FINANCIAL BURDEN?	309
<i>SCHIȚA Ecaterina, studentă, specialitatea: Contabilitate</i>	
THE CONTRIBUTION OF INDIVIDUAL INCOME TAX TO THE FORMATION OF PUBLIC FINANCIAL RESOURCES	313
<i>SINGUREANU Olga, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
ENTITY RISK MANAGEMENT: NATIONAL AND INTERNATIONAL METHODS.....	317
<i>HAREA Ruxanda, studentă, specialitatea: Contabilitate</i>	
CONTRIBUTION OF LEGAL PERSONS' INCOME TAX TO THE FORMATION OF PUBLIC FINANCIAL RESOURCES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA	321
<i>URSU Ionuț, student, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CAPITAL STRUCTURE ON ENTERPRISE VALUE.....	325
<i>GAMARȚ Daniela, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci</i>	
CURRENCY VOLATILITY ANALYSIS USING FAMA REGRESSION	329
<i>CASIAN Cătălin, student, specialitatea: Econometrics & Operations Research</i>	
SECȚIUNEA 5. INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ȘI PROVOCĂRI DE SECURITATE ÎN ECONOMIA DIGITALĂ	
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SECURITY CHALLENGES IN THE DIGITAL ECONOMY	335
<i>DODONOV Parascovia, studentă, specialitatea: BAA</i>	
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SECURITY CHALLENGES IN THE DIGITAL ECONOMY	339
<i>ISAC Ariana, studentă, specialitatea: Relații internaționale și studii europene</i>	
INNOVATE MANAGEMENT IN THE ERA OF ROBOTICS: THREATS OF UNEMPLOYMENT OR NEW OPPORTUNITIES.....	342
<i>UZUN Irina, student, specialitatea: BA</i>	

PROSPECTS AND RISKS OF DEVELOPMENT OF BIG DATA AS AN INNOVATIVE TECHNOLOGY .346

ICHIZLI Marina, studenta, specialitatea: BA

SECȚIUNEA 6. CONTABILITATE, AUDIT ȘI ANALIZĂ ECONOMICĂ

ANALYSIS OF NORMATIVE ACTS REGULATING THE ACCOUNTING OF EXCISES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND ROMANIA 351

COSTEȚCHI Milina, studentă, specialitatea: Contabilitate

DISTORTION OF FINANCIAL STATEMENTS: STRATEGIES USED AND DETECTION MECHANISMS COORDONATOR ȘTIINȚIFIC 355

DORMENCO Lidia, studentă, specialitatea: Contabilitate

ACCOUNTING FOR PROVISIONS IN ACCORDANCE WITH INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS.....359

LUCHIAN Valeria, studentă, specialitatea: Contabilitate

IFRS – A COMMON LANGUAGE FOR GLOBAL BUSINESS 363

ROȘU Anastasia, studentă, specialitatea: Contabilitate

ACCOUNTING AND REPORTING OF SUBSIDIES FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR.....366

ROTARI Patricia, studentă, specialitatea: Contabilitate

ETHICS AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE ACCOUNTING PROFESSION 370

SÎRBU Mădălina, studentă, specialitatea: Contabilitate

THE IMPACT OF IFRS ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF COMPANIES 374

CHIPRISEAN Maria, studentă, specialitatea: Contabilitate

COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND ROMANIA ON THE DELEGATION OF STAFF 378

FRUNZE Alexandru, student, specialitatea: Contabilitate

CASH FLOW ANALYSIS.....382

LUCHIAN Valeria, studentă, specialitatea: Contabilitate

ACCOUNTING PRACTICES AND MATERIAL MANAGEMENT STRATEGIES.....391

STĂVILĂ Paula, studentă, specialitatea: Contabilitate

PAYROLL ACCOUNTING 395

VORNICEANU Loredana, studentă, specialitatea: Contabilitate

ACCOUNTING CHALLENGES IN MANAGING COMMERCIAL DEBTS 399

DĂNILĂ Daniela, studentă, specialitatea: Contabilitate

ACCOUNTING FOR LIABILITIES TO STAFF CONCERNING LABOR REMUNERATION 403

PRISACARI Alexandrina, studentă, specialitatea: Contabilitate

LEASING FINANCING OF ECONOMIC AGENTS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA.....406

SIREȚEANU Patricia, studentă, specialitatea: Contabilitate

PURCHASING POWER OF THE POPULATION OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA UNDER INFLATION PRESSURE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF INCOME AND EXPENDITURE. 411

COJOCARU Valeria, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

ECONOMIC DYNAMICS AND THE REAL ESTATE MARKET: THE CORRELATION BETWEEN INCOME, INTEREST RATES, AND HOUSING PRICES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA 415

JITARI Snejana, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

ȘEDINȚA PLENARĂ

BUSINESS STRATEGIES IN THE NEW INTERNATIONAL CLIMATE

STRATEGIILE DE BUSINESS ÎN CONDIȚIILE NOULUI CLIMAT INTERNAȚIONAL

ALEXA Adelina, studentă, specialitatea: EMREI

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: alexadelina@ase.md

Abstract: Nowadays we can observe the impact of global economic change on commercial ownership strategies, how internationalization and globalization have transformed business operations and ownership structures. Businesses today must adapt quickly to new market opportunities, reduce risks and optimize resources through strategic ownership management. The study explores the role of strategic management in enabling enterprises to remain competitive in the face of geopolitical instability, technological progress and changing consumer behavior. Through strategic planning, organizations can develop flexible strategies to cope with regional economic and political pressures while capitalizing on market opportunities. The purpose of this research is to outline a framework for adopting innovative and sustainable management strategies that support long-term organizational success in an increasingly dynamic and interconnected international environment.

Key words: International business, strategic management, global climate, competitive strategies, organizational adaptation

JEL CLASSIFICATION: F23, M16, M21, L20, Q56.

INTRODUCERE

Într-o lume a afacerilor aflată într-o continuă evoluție, companiile sunt nevoite să se adapteze rapid și eficient la schimbările impuse de globalizare și de dinamica internațională. Pentru a face față acestor provocări, ele recurg la strategii de business și management strategic – un proces complex și flexibil de planificare, creat pentru a sprijini formularea și implementarea unor strategii solide. Acestea le permit firmelor să își optimizeze avantajele competitive la nivel global și să răspundă prompt cerințelor unui mediu în continuă transformare.

Planificarea strategică este esențială în acest proces, oferind companiilor un cadru structurat pentru a dezvolta strategii adaptabile, care să valorifice oportunitățile de piață, să minimizeze riscurile și să răspundă presiunilor economice și politice din diverse regiuni. Într-un climat internațional dinamic și marcat de incertitudini, acest tip de management devine un element central pentru succesul și sustenabilitatea organizațiilor pe termen lung, facilitându-le capacitatea de a concura la nivel internațional și de a se extinde în piețe noi și diversificate.

Scopul lucrării este de a analiza și de a evidenția strategii de business adaptate noilor provocări din climatul internațional, marcat de instabilitate geopolitică, progres tehnologic, schimbări în comportamentul consumatorilor și cerințe de sustenabilitate. Astfel, studiul oferă o bază pentru adoptarea unor strategii inovatoare și durabile în organizații. **Obiectivele** de bază propuse sunt:

1. Descrierea strategiilor de business în contextul noului climat internațional;
2. Evidențierea componentelor unei strategii internaționale;
3. Prezentarea specificului etapelor unei strategii, spectrul de formulare a strategiei.

Metodologia cercetării constă în sinteza și analiza diferitor studii, publicații, date statistice și altor informații relevante, experienței diferitor țări privind strategiile de business.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Într-un peisaj economic global în continuă schimbare, o strategie de proprietate comercială este esențială pentru companiile care doresc să rămână competitive pe piețele internaționale. Internaționalizarea și globalizarea au schimbat profund modul în care companiile își desfășoară activitatea și își structurează proprietatea, ducând la adaptări care permit companiilor să acceseze noi piețe, să reducă riscurile și să optimizeze resursele. Strategiile de proprietate comercială oferă un cadru pentru extinderea și adaptarea globală, inclusiv oportunități de construire și creștere a capitalului prin parteneriate, fuziuni, achiziții și asociații în participațiune. În acest sens, analizăm principalele strategii de business, evidențiind modul în care acestea sunt influențate de tendințele internaționale și de nevoile globalizării și impactul acestora asupra succesului pe piețele externe.

O strategie de creștere a afacerii reprezintă un plan menit să ajute o companie să se extindă și să se dezvolte. Aceasta poate include proiecte noi, produse inovative, fuziuni, achiziții, parteneriate sau diversificare pe noi piețe. Așadar, există mai multe tipuri de strategii de business, care pot fi aplicate pentru a atinge aceste obiective, printre care se enumeră:

Strategia de penetrare a pieței - implică creșterea prezenței unei companii pe o piață existentă prin expansiune orizontală (ex: publicitate, îmbunătățirea produsului) sau verticală (ex: scăderea prețurilor, creșterea producției), exemple precum Apple, McDonald's, Kellogg's.

Strategia de dezvoltare a pieței - se concentrează pe extinderea către noi piețe prin cercetare, conștientizarea mărcii și stabilirea de parteneriate.

Strategia de dezvoltare a produsului - implică adăugarea de noi produse pentru a atrage clienți noi și a rămâne competitiv, de exemplu prin diversificarea liniei de produse pentru a satisface mai multe nevoi ale consumatorilor.

Strategia de diversificare - înseamnă intrarea pe noi piețe sau dezvoltarea de produse conexe pentru a atrage o bază mai largă de clienți, spre exemplu prin lansarea de produse în domenii adiacente afacerii principale (Hurduzeu & Nicolescu, 2020).

Strategia de parteneriat de afaceri - implică unirea a două sau mai multe afaceri pentru a atinge scopuri comune, beneficiind de resursele și abilitățile partenerilor, spre exemplu prin colaborări între afaceri pentru dezvoltarea de noi tehnologii.

Strategia de expansiune internațională - permite diversificarea veniturilor și creșterea pieței prin operarea în piețe externe, cu beneficii financiare și reducerea riscurilor, un exemplu elocvent fiind expansiunea în India pentru a beneficia de taxe mai mici.

Strategia canalelor alternative - diversifică modul de vânzare prin canale precum magazine online și fizice, oferind acces mai larg la consumatori și reducând concurența, spre exemplu prin combinarea vânzărilor online cu magazine fizice (Iacob, 2023).

Componentele unei strategii internaționale. Strategia internațională presupune analiza pieței externe prin metoda SWOT, adaptarea la cerințele locale și selectarea canalelor de distribuție potrivite. Companiile se extind internațional pentru a crește veniturile sau pentru a răspunde globalizării. Managerii trebuie să definească patru componente esențiale: competențele distinctive, gama de operațiuni, distribuirea resurselor și sinergia, pentru a asigura succesul și adaptabilitatea pe piețele internaționale. Aceste elemente ajută la maximizarea competitivității și diferențierii.

- **Competențele distinctive** se referă la avantajele competitive ale unei firme, precum tehnologii avansate, rețele de distribuție eficiente și mărci puternice. Exemple: Disney (portofoliu de simboluri) și Microsoft (software compatibil). Aceste avantaje sunt esențiale pentru succesul pe piețele externe.

- **Gama de operațiuni** evidențiază modul în care compania își desfășoară activitățile pe piețele externe, alegând piețele cele mai atractive, având în vedere resursele și caracteristicile locale. Exemple relevante includ Disneyland, care se concentrează pe locații selectate (SUA, Franța, Japonia și Hong Kong) în funcție de cerere și resurse. Grupo Luksics operează regional în Chile și țările vecine, în industrii diverse, precum berărie, cupru și bancar. Ballantyne se specializează în proiectoare cinematografice, având 65% din piața SUA și 30% global. Producătorii asiatici de semicon-

ductori, precum Samsung, NEC, Toshiba și Intel, adoptă strategii axate pe produse specifice, valorificând competențele lor distinctive (Vyuptakesh, 2012).

• **Diseminarea resurselor.** Răspunsul la întrebarea despre alocarea resurselor în funcție de piețe și produse se poate structura astfel:

1. **Alocare diferențiată:** Companii precum Disney investesc în locații specifice, în funcție de potențialul pieței de exemplu Hong Kong vs. Tokyo și Paris (Șișcan, 2022).
2. **Prioritizarea resurselor:** Planificarea strategică stabilește unde să se aloce resursele limitate, în funcție de produse și piețe.
3. **Modele de alocare:**
 - **Răspândirea resurselor:** Companii ca Sharp produc în multiple locații globale, optimizând eficiența.
 - **Concentrarea producției:** Boeing și DaimlerChrysler concentrează producția în locații strategice, reducând costurile și controlând mai bine procesele.
 - **Sinergia:** Colaborarea între diferite elemente ale unei afaceri pentru a crea un impact mai mare decât suma părților. Disney exemplifică acest concept prin integrarea televiziunii, parcurilor de distracții și filmelor, sporind veniturile și consolidând brandul (Șișcan, 2022).

Etapele unei strategii, spectrul de formulare a strategiei. În zilele noastre, companiile pot prelua diverse practici bune din cadrul țărilor dezvoltate, care au avut și au succes în urma implementării acestora, astfel, dezvoltarea unei strategii internaționale este marcată de:

- Formularea și implementarea strategiei: Succesul unei afaceri depinde de definirea unei strategii clare și de implementarea eficientă a acesteia. Managerii stabilesc obiective strategice și planifică intrarea sau retragerea de pe piețe.
- Diferențierea pe piață: O întrebare crucială pentru companii, în special cele de internet, este cum să se diferențieze față de concurență.
- Strategia Yahoo Japan: Yahoo Japan a ales să imite modelul american Yahoo, în loc să se diferențieze. Prin acordul de licențiere cu Yahoo SUA, a creat o platformă similară, adaptată cerințelor locale.
- Rezultatul strategiei de imitare: Această abordare a fost de succes, crescând acțiunile Yahoo Japan cu 600% între 1997 și 2000 și atrăgând peste 85% dintre utilizatorii japonezi lunar.
- Etapele unei strategii: Companiile trebuie să adopte strategii adaptate tipului de afacere, incluzând conturarea misiunii și formularea unei declarații de misiune care să definească obiectivele, valorile și direcțiile strategice (Miron, 2010).

Elementele unei declarații de misiune: Acestea includ piețele țintă, produsele/serviciile oferite, regiunile vizate, tehnologiile esențiale, modalitățile de creștere și obiectivele financiare. Exemple: The Walt Disney Company vizează să rămână lider global în divertisment, iar Hershey Food își propune să fie lider în dulciuri în America de Nord.

Declarații multiple: Companiile mari pot adopta declarații de misiune distincte pentru fiecare filială, asigurându-se că sunt compatibile între ele.

Analiza SWOT, fiind bazată pe:

1. **Mediul extern:** Evaluarea piețelor, legislației, concurenței și altor factori externi pentru a identifica oportunitățile și amenințările.

2. **Mediul intern:** Analiza resurselor și activităților interne (producție, marketing, R&D etc.) pentru a identifica punctele forte și slăbiciunile folosind lanțul valoric (Michael Porter).

3. **Strategii:** Utilizarea rezultatelor analizei SWOT pentru a dezvolta strategii care maximizează avantajele și minimizează riscurile.

4. **Stabilirea dezideratelor strategice:** Definirea obiectivelor clare, fezabile și cu termen limitat, care ghidează direcția companiei.

Dezvoltarea țințelor tactice: Stabilirea acțiunilor zilnice ce sprijină obiectivele strategice ale companiei, gestionate de managerii de nivel mediu.

Crearea unui cadru de control: Implementarea unui sistem de monitorizare pentru a evalua progresul și a ajusta acțiunile, exemplificat de Disneyland Paris, care și-a ajustat obiectivele și bugetele pe baza performanței vizitatorilor.

Spectrul de formulare a strategiilor. Strategia în afaceri internaționale implică diverse aspecte: finanțe, producție, marketing și resurse umane, care necesită adaptare la condițiile specifice fiecărei piețe.

- *Strategia financiară:* Managerii trebuie să aleagă surse de finanțare avantajoase și să ia în considerare fluctuațiile cursului valutar, pentru a reduce costurile efective ale finanțării.

- *Strategia de producție:* Deciziile privind locația optimă pentru producție se bazează pe analiza scenariilor economice și politice ale regiunilor vizate.

- *Strategia de marketing:* Companiile se extind pe piețele externe fie pentru a valorifica avantajele competitive, fie pentru a reduce riscurile, prin diversificarea piețelor și a produselor.

- *Strategia de resurse umane:* Abordările variază în funcție de culturile naționale, unele companii adoptând modelul de management Theory X, orientat spre control, iar altele Theory Y, axat pe automotivare. De exemplu, companiile americane tind să urmeze Theory X, în timp ce firmele japoneze preferă Theory Y, care implică motivația angajaților. Astfel, strategia internațională a unei firme trebuie adaptată mediului local și obiectivelor secundare specifice fiecărei regiuni (Vyuptakesh, 2012).

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Reieșind din cele expuse anterior, strategia de business implică stabilirea unor obiective clare, având ca scop final maximizarea bunăstării companiei, care poate fi obținută prin performanță superioară (comparativ cu rivalii) pe termen lung. Există diferite strategii prin care o firmă poate obține o poziție superioară pe piață. Printre cele mai importante se numără: strategia penetrare, de dezvoltare a pieței, a produsului, de diversificare, de parteneriat de afaceri și de expansiune internațională. Spectrul strategic poate fi larg, acoperind producția, finanțele, marketingul și alte aspecte esențiale ale afacerii.

Planificarea strategică joacă un rol esențial în definirea și implementarea strategiilor de succes în condițiile unui climat internațional în continuă schimbare. Procesul de planificare, care include evaluarea mediului extern, formularea unei strategii globale și dezvoltarea unui program global, permite companiilor să se adapteze la noile provocări ale pieței internaționale. În plus, alegerea între planificarea centralizată sau descentralizată depinde de structura și nevoile fiecărei unități strategice de afaceri, asigurând flexibilitate și eficiență în atingerea obiectivelor strategice. Astfel, aplicarea strategiilor de business corespunzătoare și un management strategic bine structurat, sunt factori cruciali pentru succesul unei afaceri într-un context global dinamic.

REFERINȚE:

1. Hurduzeu, Gh. & Nicolescu, L. (2020). *Relații Economice Internaționale, Teorii, strategii, politici, instrumente și studii de caz*. ASE.
2. Iacob, D. (2023). *Cele 7 tipuri de strategii de creștere a afacerilor*. <https://blog.innovtour.ro/fara-categorie/7-tipuri-de-strategii-de-crestere-a-afacerilor/>
3. Miron, D. (2010). *Mediul internațional de afaceri*.
4. Șișcan, Z. (2022). *Management în afacerile economice internaționale*. ASEM.
5. Vyuptakesh, S. (2012). *International Business Management*. University MBA Series

Coordonator științific: DODU-GUGEA Larisa, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 79 111 333
e-mail: dodu-gugea.larisa@ase.md

TRANSFORMATIONS OF THE ECONOMIC BEHAVIOR IN A DIGITAL CONTEXT

TRANSFORMĂRI ALE COMPORTAMENTULUI ECONOMIC ÎN CONTEXT DIGITAL

GÎNDEA Gabriela, studentă, specialitatea: Economie

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu – Bodoni 61

e-mail: gindea.gabriela@ase.md

***Abstract:** The digital economy is profoundly transforming economic behaviors, influencing the way transactions are conducted, financial decisions are made and products and services are accessed. These changes create both opportunities and challenges, requiring rapid adaptation. This research examines the evolution of the digital economy, the main trends and their impact on the development of the wider economy. For a clear perspective, relevant sources such as the documents of the Ministry of Economic Development and Digitalization, the Digital Transformation Strategy 2023-2030 and the data of the National Bank of Moldova were studied. International resources such as Statista and the World Economic Forum were also used to understand global trends. Therefore, the results of the research highlighted the increasing share of e-commerce, changing consumer behavior and the need for effective cybersecurity measures in order to develop a secure and sustainable digital economy.*

***Key words:** economy, digitalisation, digital economy, consumer behaviour*

JEL CLASSIFICATION: O33, O14

INTRODUCERE

Transformările profunde generate de avansul tehnologic și de digitalizarea accelerată a proceselor economice au condus la reconfigurarea modelelor de dezvoltare în majoritatea statelor lumii. Economia digitală, definită prin integrarea tehnologiilor informaționale în activitățile economice, sociale și instituționale, devine tot mai mult un factor determinant al competitivității naționale și al creșterii sustenabile. În acest context, Republica Moldova se confruntă cu provocări specifice, dar și cu oportunități semnificative legate de adaptarea structurii economice la noile realități digitale.

Prezenta cercetare are drept scop analiza tendințelor actuale și perspectivei de dezvoltare a economiei digitale în Republica Moldova, prin investigarea cadrului normativ național, a dinamicii comerțului electronic și a comportamentului consumatorului digital.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analiză succintă a surselor bibliografice în domeniul problemei cercetate

Pentru realizarea acestei analize au fost utilizate surse oficiale, precum comunicatele Ministerului Dezvoltării Economice și Digitalizării, prevederile Strategiei de Transformare Digitală a Republicii Moldova 2023–2030, datele furnizate de Banca Națională a Moldovei, precum și resurse internaționale oferite de Statista și Forumul Economic Mondial.

Descrierea metodelor de cercetare utilizate

Studiul se bazează pe metode de documentare, analiză comparativă și interpretare statistică, având ca obiectiv fundamentarea unor concluzii relevante privind direcțiile de evoluție ale economiei digitale naționale în raport cu tendințele globale.

Rezultatele obținute

Cea de-a patra revoluție industrială influențează în mod fundamental dezvoltarea globală și transformă societatea într-un ritm fără precedent. Criza pandemică, situația geopolitică mondială, precum și tendin-

tele globale generale a scos în evidență dependența de instrumentele digitale, precum și necesitatea în continuare a transformării digitale, care a devenit una dintre principalele priorități pentru societăți, inclusiv pentru Republica Moldova (Strategia de transformare digitală 2023-2030). Digitalizarea economiei și dezvoltarea comerțului electronic sunt considerate a fi principalul catalizator al schimbărilor actuale. Astfel, conform datelor BNM la sfârșitul anului 2024, erau înregistrate 2202 de platforme de comerț electronic în Republica Moldova, fiind atestată o creștere de 84% în comparație cu aceeași perioadă a anului 2023. (Figura 1) În același timp, valoarea totală a plăților fără numerar efectuate pe platforme de comerț electronic a constituit la sfârșitul anului 2024 aproximativ 13,5 miliarde lei, lei în creștere cu 41,4 % comparativ cu aceeași perioadă a anului 2023. În ceea ce privește valoarea pieței comerțului electronic, în anul 2023 s-a înregistrat o creștere de 15,2 % în comparație cu anul 2022, atingând valoarea estimată de 358,6 mil. euro (BNM).

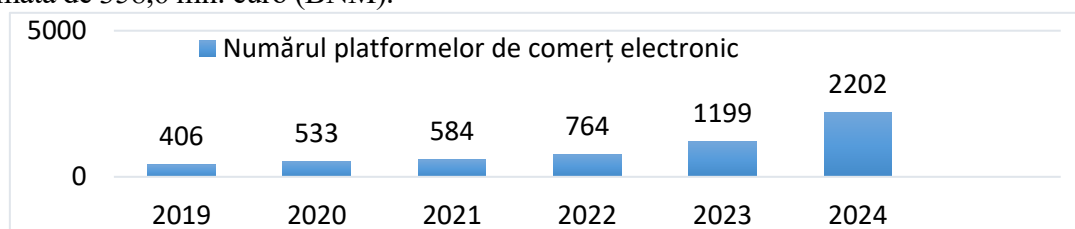


Figura 1. Numărul de platforme de internet ce acceptă plăți cu cardul bancar în Moldova, 2019-2024
Sursa: BNM

Din cele prezentate mai sus, se observă o tendință clară de digitalizare a economiei Republicii Moldova, susținută prin creșterea comerțului electronic și adoptarea accelerată a plăților fără numerar. Acest proces reflectă obiectivele stabilite în Strategia de Transformare Digitală a Republicii Moldova 2023-2030, care vizează consolidarea economiei digitale prin stimularea inovațiilor, dezvoltarea infrastructurii IT și promovarea competențelor digitale. Unul dintre pilonii esențiali ai acestei strategii este extinderea serviciilor digitale și reducerea decalajului digital, ceea ce contribuie la o mai mare incluziune economică și la creșterea eficienței proceselor comerciale. De asemenea, digitalizarea facilitează creșterea transparenței economice și reducerea economiei informale, având un impact direct asupra competitivității mediului de afaceri.

Totodată, contextul digital economic favorizează apariția economiei gig, extinderea muncii remote și diversificarea oportunităților de angajare online. Din ce în ce mai mulți specialiști moldoveni aleg să colaboreze pe platforme internaționale de freelancing, ceea ce contribuie la flexibilizarea pieței muncii și la creșterea veniturilor obținute din surse externe. În același timp, companiile locale se adaptează noilor realități economice, investind în digitalizare și în soluții tehnologice pentru a-și eficientiza activitatea.

Pe de altă parte, aceste transformări determină și o schimbare a comportamentului consumatorilor, care devin mai orientați spre soluții rapide, eficiente și sigure. Creșterea încrederii în tranzacțiile online, utilizarea tot mai frecventă a platformelor de e-commerce și accesul facil la comparații de prețuri și recenzii influențează semnificativ deciziile de cumpărare. Astfel, consumatorul modern adoptă un comportament din ce în ce mai digitalizat, preferând interacțiuni rapide și intuitive cu brandurile și serviciile de care are nevoie.

În acest context, comportamentul economic în economia digitală vă fi determinat de:

- **Facilitarea accesului la informație.** Informația devine unul dintre principalele produse de consum. Tehnologiile digitale au devenit un atribut indispensabil al consumatorilor, iar sistemul unificat de informații oferă acces rapid la informații complete despre bunuri și servicii. Acesta demonstrează consumatorului beneficiile care rezultă din utilizarea acestui produs și are ca scop asigurarea unei satisfacții de înaltă calitate a clientului. Serviciile de informare de înaltă calitate asigură rapiditatea promovării produselor prin canalele de distribuție, intensitatea și stimularea vânzărilor, crearea și menținerea preferințelor consumatorilor. Conform studiilor publicate de Statista

(2025), 81% dintre consumatori accesează mediul online pentru a obține informații și pentru a răspunde întrebărilor despre produs sau serviciu înainte de a-l achiziționa.

- **Schimbări în relațiile dintre producători și consumatori.** Aceste relații sunt actualizate în special în ceea ce privește lansarea unui nou produs și îmbunătățirea acestuia (achiziționarea de noi cunoștințe, apariția de subiecte și elemente de natură profesională, creșterea interesului reciproc, schimbul de opinii și altele).

- **Efectul FOMO (Fear of Missing Out).** Teama de a rata o oportunitate influențează substanțial comportamentul economic al consumatorilor în era digitală. Strategiile de marketing bazate pe urgență, precum oferte limitate, notificări despre stocuri reduse și promoții temporare, determină cumpărătorii să ia decizii rapide, adesea impulsive. Conform cercetărilor, aproximativ 60% dintre consumatori fac achiziții din cauza FOMO. Acest lucru indică o influență larg răspândită a FOMO asupra deciziilor de cumpărare, mulți consumatori simțindu-se obligați să acționeze rapid pentru a evita să piardă oferte sau produse exclusive (Isaac, 2024). Acest fenomen este prezent și în investițiile în criptomonede, unde fluctuațiile rapide de preț și promovarea intensă pe rețelele sociale determină utilizatorii să acționeze sub presiunea momentului.

- **Preocupări legate de confidențialitate și securitate.** Economia digitală depinde în mod semnificativ de achiziționarea și stocarea de date cu caracter personal, ceea ce poate crea probleme legate de confidențialitatea și securitatea datelor. Evenimente precum încălcări ale securității datelor, atacuri cibernetice și acces neautorizat la înregistrări private pot duce la pierderi financiare, furturi de identitate și diverse rezultate negative.

- **Rețelele de socializare.** Un alt aspect important care are un impact semnificativ asupra consumatorilor este utilizarea excesivă a rețelelor sociale. Aceste platforme digitale joacă un rol crucial atât în stabilirea, cât și în dezvoltarea unui model de comportament al consumatorilor. Integrarea social media în viața de zi cu zi complică previziunea comportamentului consumatorilor, deoarece adaugă o gamă largă de factori motivaționali interni și externi. De exemplu, diferite variabile precum capacitatea pieței sociale, puterea mărcii, strategia de marketing prin intermediul social media și reacția clienților au influențat semnificativ tendințele de cumpărare.

- **Personalizarea experiențelor.** În economia digitală, personalizarea a devenit un factor esențial care influențează comportamentul economic al consumatorilor. Algoritmii avansați de inteligență artificială și big data permit companiilor să analizeze preferințele utilizatorilor și să ofere oferte, produse și reclame personalizate. Conform unui raport al McKinsey, 71% dintre consumatori se așteaptă la recomandări adaptate intereselor lor, iar 76% sunt mai predispuși să cumpere de la branduri care le oferă o experiență personalizată (Nidhi, 2021). În Republica Moldova, platformele de e-commerce utilizează tot mai frecvent aceste tehnologii, optimizând interacțiunea dintre consumatori și producători prin sugestii personalizate și oferte dinamice.

Aceste condiții predetermină, de asemenea, dezvoltarea în continuare a modelelor de consum și diversificarea acestora în următorii ani, ceea ce, la rândul său, determină importanța studierii comportamentului consumatorilor atât din punct de vedere științific, cât și practic. Factorii de mai sus indică necesitatea revizuirii strategiilor de consum în afaceri și determină relevanța studierii schimbărilor pieței în structura și caracteristicile vânzărilor de produse.

În ceea ce privește dezvoltarea ulterioară a economiei digitale, Forumul Economic Mondial (2024) estimează că mai mult de două treimi din crearea de valoare adăugată în următorul deceniu ar putea proveni de la platformele digitale. Noua previziune privind economia digitală globală măsoară dimensiunea și creșterea economiei digitale în ceea ce privește cheltuielile pentru tehnologie, comerțul cu amănuntul, comerțul electronic cu călătorii, comerțul electronic cu asigurări, exporturile de produse și servicii din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC), fabricarea cipurilor și centrele de date. Primele șase economii digitale după mărime sunt SUA, China, Regatul Unit, Japonia, Germania și Coreea de Sud. Între 2023 și 2028, economia digitală va înregistra o creștere anuală cumulată de 6,9%, mai rapidă decât PIB-ul mondial. Comerțul cu amănuntul online

și călătoriile online își vor crește ponderea în economia digitală, cu o creștere anuală cumulată de 9% și, respectiv, 7% între 2023 și 2028 (O'Grady, 2024).

În contextul Republicii Moldova, se estimează că într-o perspectivă medie, accentul se va pune pe câteva componente importante pentru digitalizarea economiei, susținute de cadrul normativ și de politici favorabil privind: industria IT locală și startup-urile tehnologice orientate spre piața internațională; infrastructură și servicii TIC competitive și eforturile de dezvoltare a infrastructurii pentru comerțul electronic (diversificarea pieței de servicii de plăți online, rețeaua poștală și de curierat, digitalizarea proceselor vamale la export, acces la platforme internaționale de comerț electronic, etc.) (MDED, 2024)

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Digitalizarea reprezintă un vector esențial al transformării economice în Republica Moldova, susținut de creșterea semnificativă a comerțului electronic și a tranzacțiilor fără numerar. Strategia națională 2023–2030 oferă un cadru favorabil pentru consolidarea economiei digitale, prin promovarea inovației, infrastructurii IT și dezvoltarea competențelor digitale. Comportamentul consumatorilor devine tot mai digitalizat, fiind influențat de accesul rapid la informație, personalizarea serviciilor și impactul rețelelor sociale. Totodată, provocările legate de securitatea datelor și incluziunea digitală impun măsuri coerente și colaborare interinstituțională.

Pentru a valorifica pe deplin potențialul economiei digitale, este necesară o adaptare continuă a politicilor economice, a modelelor de afaceri și a sistemului educațional la noile realități tehnologice.

Unele recomandări identificate sunt orientate spre:

1. Consolidarea infrastructurii digitale prin investiții publice și private, pentru a asigura acces echitabil la servicii digitale în întreaga țară.
2. Dezvoltarea competențelor digitale în rândul populației și al forței de muncă, prin integrarea educației digitale în toate nivelurile de învățământ și prin programe de formare continuă.
3. Sprijinirea inovației și a ecosistemului de startup-uri prin facilități fiscale, acces la finanțare și parteneriate public-private.
4. Îmbunătățirea cadrului de reglementare privind protecția datelor și securitatea cibernetică, în conformitate cu standardele internaționale.
5. Stimularea comerțului electronic prin digitalizarea proceselor logistice, vamale și de plată.
6. Promovarea incluziunii digitale pentru a reduce disparitățile socio-economice și a asigura participarea activă a tuturor categoriilor sociale în economia digitală.

REFERINȚE:

1. BNM. (2025). <https://www.bnm.md/bdi/pages/reports/dsp/DSP2.xhtml>.
2. Forumul Economic Mondial. (2025). <https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb0000001SH21EAG>
3. Isaac, A.H (2024). *What Percentage of People Make Purchases Due to FOMO?* <https://seonorth.ca/news/fomo-percentages/>
4. Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării (2025). *Economia Digitală*. <https://mded.gov.md/content/economia-digitala/>
5. Nidhi, A. (2021). *The value of getting personalization right or wrong is multiplying* <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>
6. O'Grady, M. (2024). *The Global Digital Economy Will Reach \$16.5 Trillion And Capture 17% Of Global GDP By 2028*. <https://www.forrester.com/blogs/the-global-digital-economy-will-reach-16-5-trillion-and-capture-17-of-global-gdp-by-2028/>
7. *Republica Moldova - Strategia de transformare digitală 2023-2030 (2025)* https://www.egov.md/sites/default/files/document/attachments/strategia_de_transformare_digitala_2023-2030.pdf
8. *Share of people researching online before major purchases in 53 countries & territories worldwide, as of January 2025*. <https://www.statista.com/forecasts/1452683/people-researching-online-before-major-purchases-in-selected-countries-worldwide>

Coordonator științific: BARBĂNEAGRĂ Oxana, dr., conf.univ.

Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu – Bodoni 61
e-mail: oxana.barbaneagra@ase.md

PAYMENT SYSTEMS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: TRENDS, CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

SISTEMELE DE PLATĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA: TENDINȚE, PRO- VOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI

OJOVAN Romanita, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: ojoivan.romanita@ase.md

Rezumat: Sistemul de plăți din Republica Moldova a cunoscut o evoluție semnificativă în ultimii ani, dezvoltându-se prin intermediul Sistemului Automatizat de Plăți Interbancare (SAPI) și Sistemului Depozitarului Central Unic al Valo-
rilor Mobiliare. Infrastructura națională suportă diverse instrumente de plată, inclusiv carduri, transferuri de credit,
debitări directe și instrumente electronice cu acces la distanță. Datele statistice evidențiază o creștere substanțială a
numărului de utilizatori înregistrați pentru instrumentele de plată cu acces la distanță, de la 9,8 milioane în 2020 la
peste 17,5 milioane în 2022, cu o tendință ascendentă continuată în 2023-2024. Similar, volumul tranzacțiilor a crescut
de la 32,6 milioane în 2020 la peste 42 milioane în 2022, reflectând accelerarea digitalizării plăților în contextul pan-
demiei COVID-19. Aderarea Moldovei la sistemul european SEPA în martie 2025 reprezintă o oportunitate majoră
pentru integrarea financiară internațională, însă sistemul se confruntă cu provocări precum decalajul urban-rural,
incluziunea financiară limitată, preocupări de securitate, interoperabilitate redusă, dependența de sistemele internațio-
nale și importanța remitențelor pentru economie. Dezvoltarea ecosistemului fintech, optimizarea plăților transfrontalie-
re și potențialele parteneriate public-private reprezintă oportunități semnificative pentru evoluția viitoare a sistemelor
de plată din Moldova.

Cuvinte cheie: sistem de plăți, digitalizare financiară, SEPA, incluziune financiară, fintech, remitențe.

JEL CLASSIFICATION: O3, G18, G28

INTRODUCTION

The payment systems in the Republic of Moldova have undergone significant transformation in recent years, establishing a robust financial infrastructure essential for the country's economic development. At the core of Moldova's National Payment System are the Automated Domestic Payment System (AIPS) and the Central Single Securities Depository System, which together facilitate secure domestic transactions and efficient securities management. The country has embraced various payment instruments, including payment cards, credit transfers, direct debits, and electronic payment instruments with remote access, reflecting the growing digitalization of financial services (Mistrean, 2024). Statistical data demonstrates a remarkable increase in digital payment adoption, with registered users of remote access payment instruments growing from 9.8 million in 2020 to over 17.5 million by 2022. Similarly, transaction volumes have increased substantially, especially during the COVID-19 pandemic, which accelerated the shift toward digital solutions. A significant milestone in this evolution is Moldova's forthcoming admission to the European SEPA payments system in March 2025, which aligns with the implementation of the Moldovan Investment Agenda (MIA) and promises to enhance international transaction efficiency and market access.

CONTENT

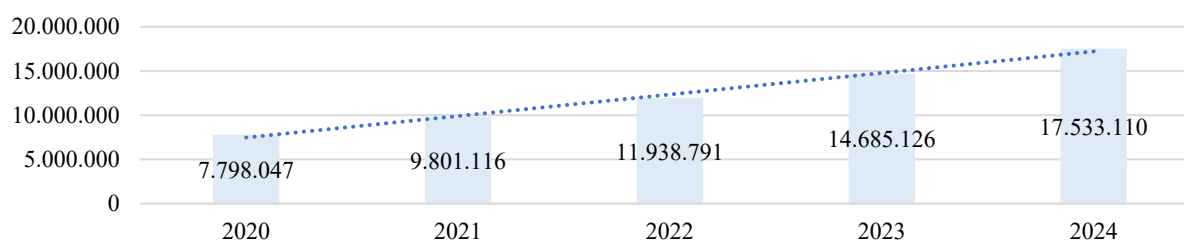
The National Payment System of the Republic of Moldova is a comprehensive framework of systems, mechanisms, and institutions designed to facilitate funds transfer operations. At its core are two key components: the Automated Domestic Payment System (AIPS) and the Central Single Securities Depository System. The AIPS is responsible for processing automated payments in Moldo-

van lei within the country, ensuring efficient and secure domestic transactions (Belobrov, 2015). Meanwhile, the CSDS, operational since July 31, 2018, manages the registration, administration, and settlement of securities, providing centralized services to support the financial market. Together, these systems form the backbone of Moldova's payment infrastructure, enabling seamless financial operations and economic stability. We have to mention that the Republic of Moldova currently uses the following payment instruments (NBM, 2014):

- **Payment cards** are enable remote access to payment accounts using identification codes;
- **Credit transfer** initiates payments from the payer to the beneficiary;
- **Direct debit** allows payees to debit payer accounts with prior consent;
- **Electronic payment instruments with remote access** includes internet-banking, PC-banking, phone-banking, and mobile-banking for initiating payments via authentication and communication channels.

Given that the Moldovan Investment Agenda (MIA) has already been implemented, the admission of the Republic of Moldova to the European SEPA payments system in March 2025 will further strengthen its impact. This integration will enhance the efficiency of international transactions, support the digitalization of payments, and improve access to the European market, thereby reinforcing the goals of the MIA and contributing to sustained economic development and modernization (EC, 2025).

Figure 1. Number of users registered in the remote access payment instrument



Source: (BNM, 2025)

Based on Figure 1., we can mention that starting at 9,801,116 users in 2020, there was a steady increase, reaching 11,938,791 users in 2021 and a significant jump to 17,533,110 users by 2022. The upward trend continued into 2023 and 2024, indicating sustained growth in user adoption. This consistent increase reflects the growing reliance on and convenience of digital payment solutions in the modern economy, highlighting the importance of remote access payment instruments in meeting the needs of an increasingly digital world.

In this context, we would like to point several opportunities for the development of Moldova's payment systems (Cociug, 2022):

- *Fintech ecosystem development* - growing potential for fintech startups addressing local payment needs and challenges;
- *Cross-border payment optimization* - opportunities to reduce costs and increase efficiency of remittance services through innovative technologies;
- *Public-private partnerships* - potential for collaboration between government entities and private sector to expand payment infrastructure in underserved areas;
- *Digital currency exploration* - possibility of central bank digital currency (CBDC) research and implementation in the medium to long term;
- *Integration with EU payment area* - as Moldova progresses toward EU integration, opportunities arise for deeper connection with European payment networks;
- *Financial literacy programs* - initiatives to improve digital and financial literacy could accelerate adoption of modern payment methods;

- *Blockchain and distributed ledger applications* - potential for blockchain-based solutions to address specific payment challenges, particularly in transparency and cross-border transactions.

Based on data from Figure 2., we can observe that the initial increase from 32,660,321 in 2020 to 33,816,957 in 2021 can be attributed to the COVID-19 pandemic, which accelerated the adoption of digital payment solutions as people shifted to online transactions during lockdowns and social distancing measures.

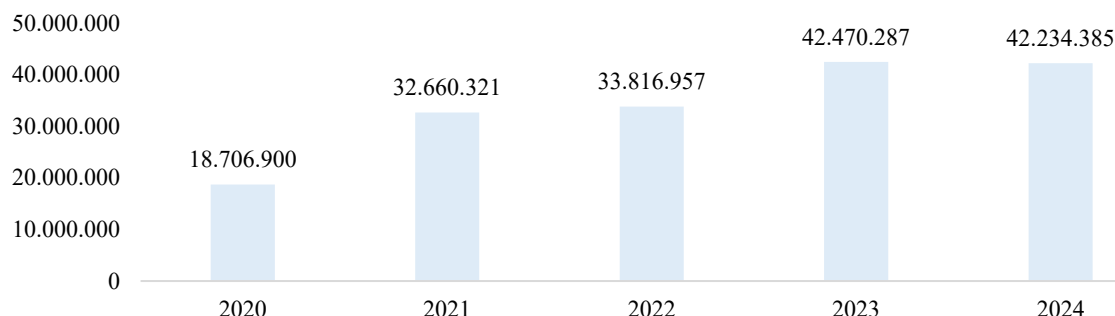


Figure 2. Number of transactions carried out through the remote access payment instrument
Source: (BNM, 2025)

A significant surge was observed in 2022, with transactions reaching 42,470,287, followed by a slight decrease to 42,234,385 in 2023. The data suggests a growing reliance on remote access payment instruments, particularly with the notable jump in 2022. This trend indicates the increasing adoption and integration of digital payment solutions in recent years.

Table 1. Amount of transactions carried out through the remote access payment instrument, MDL

	<i>Individuals</i>	<i>Legal persons</i>
2020	16.172.882.023	596.827.659.211
2021	30.819.168.200	741.471.807.812
2022	48.050.510.126	887.051.161.571
2023	57.552.776.171	932.318.357.266
2024	63.210.821.223	1.023.714.006.456

Source: (BNM, 2025)

The data from Table 1, shows a consistent upward trend in the use of remote access payment instruments by both individuals and legal persons from 2020 to 2024. Transactions by individuals grew steadily, more than tripling from 16.2 billion MDL in 2020 to 63.2 billion MDL in 2024. Similarly, legal persons saw a significant increase, with transactions rising from 596.8 billion MDL in 2020 to over 1 trillion MDL in 2024. This growth highlights the increasing adoption of digital payment solutions, reflecting a shift toward greater reliance on remote financial services. The data underscores the importance of continued investment in digital infrastructure to support this expanding trend and ensure secure, efficient payment systems for all users.

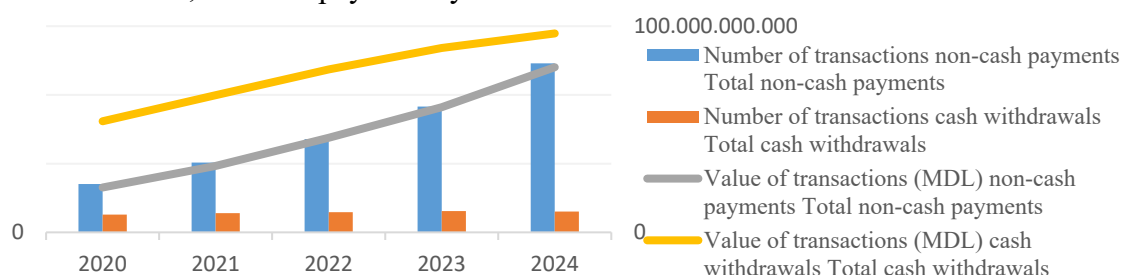


Figure 3. Number and amount of transactions carried out with payment cards from the Republic of Moldova
Source: (BNM, 2025)

The data presented in Figure 3 shows a significant increase in non-cash transactions in Moldova, rising from 70.26 million in 2020 to 246.01 million in 2024, with their value growing from 21.76 billion MDL to 80.08 billion MDL, indicating a strong shift toward digital payments. In contrast, cash withdrawals grew modestly, from 25.77 million to 30.31 million in volume and from 53.88 billion MDL to 96.47 billion MDL in value, reflecting slower growth in cash usage. This trend underscores Moldova's move toward digitalization and financial inclusion, aligning with global patterns of declining reliance on cash.

Despite on this, we should note that the Moldovan payment ecosystem faces several notable challenges (World Bank, 2024):

- *Urban-rural divide* represent significant disparity in payment infrastructure and digital literacy between urban and rural areas, with the latter still heavily reliant on cash transactions;
- *Financial inclusion issues* reflect portions of the population remain unbanked or underbanked, limiting their access to modern payment systems;
- *Security concerns* denote growing cybersecurity threats and fraud attempts targeting payment systems;
- *Limited interoperability* indicate some payment solutions operate in silos, creating friction for users navigating between different systems;
- *Dependency on international systems* signify high reliance on international payment networks creates vulnerability to external disruptions;
- *Remittance dependence* illustrates that Moldova's economy is highly dependent on remittances, making efficient cross-border payment systems critical.

CONCLUSIONS/RECOMMENDATIONS

The development of payment systems in the Republic of Moldova presents both significant opportunities and challenges that require strategic attention. To maximize the potential of digital payment infrastructure, Moldova should prioritize bridging the urban-rural divide by expanding access to modern payment technologies in underserved areas. This could be achieved through targeted public-private partnerships and financial literacy programs that address the needs of unbanked and underbanked populations.

Furthermore, as Moldova progresses toward European integration, particularly with its admission to SEPA in 2025, regulatory frameworks should be harmonized with EU standards while maintaining safeguards against cybersecurity threats and fraud. The country should leverage its growing fintech ecosystem to develop innovative solutions for cross-border payments, particularly for remittances which constitute a substantial portion of Moldova's GDP.

Looking forward, Moldova would benefit from exploring emerging technologies such as blockchain and central bank digital currencies to enhance payment system efficiency and transparency. By addressing interoperability limitations between different payment systems and reducing dependency on international networks, Moldova can build a more resilient and inclusive financial infrastructure that supports sustainable economic growth and digital transformation.

REFERENCES:

1. Belobrov, A. (2015). *Certificat Bancar European*. Chișinău.
2. BNM. (2025). *Baza de date interactive*. <https://www.bnm.md/bdi/>
3. Cadmus (2025). *Beyond Cash—Moldova Embraces the Future of Payments with Pioneering MIA System*. <https://cadmusgroup.com/case-studies/moldova-embraces-the-future-of-payments/>
4. Cociug, V. (2006). *Operațiuni bancare*. ASEM
5. Cociug, V. (2022). *Produse și servicii bancare*. ASEM
6. EC. (2025). *Enlargement and Eastern Neighbourhood*. https://enlargement.ec.europa.eu/news/european-commission-welcomes-inclusion-moldova-and-north-macedonia-single-euro-payments-area-2025-03-06_en
7. Mistrean, L. (2021). Behavioural evolution of consumers of banking services in the COVID-19. *Journal of Corporate Governance, Insurance, and Risk Management*, 84-100.

8. Mistrean, L. (2024). Adapting Businesses for a Sustainable Future – Integrating ESG Criteria and Digitalizing Financial Flows. *Competitiveness and Innovation in the Knowledge Economy: 28th International Scientific Conference*, p.137-155.
9. NBM. (2014). *National Payment System*. <https://www.bnm.md/en/content/national-payment-system>
10. World Bank. (2024). *The World Bank Group in Moldova*. <https://www.worldbank.org/en/country/moldova/overview>

Coordonator științific: MISTREAN Larisa, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: mistrean_larisa@ase.md

TRANSATLANTIC TRADE RELATIONS IN THE CONTEXT OF THE CURRENT US ECONOMIC POLICY

RELAȚIILE COMERCIALE TRANSATLANTICE ÎN CONTEXTUL POLITICII ECONOMICE ACTUALE A SUA

DOMBROVSCHI Livia, studentă, specialitatea: EMREI
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: dombrovschi.livia@ase.md

Abstract: This paper analyzes the potential impact of new U.S. trade policies on transatlantic economic relations, in particular on the economic profile of European Union and the Republic of Moldova, an open economy that is very vulnerable to changes in global trade. The aim of the research is to find out how the new tariff measure affects international trade, supply chains and economic stability of the affected partners. The research is based on an analytical-descriptive methodology, assuming the completion by comparative analysis and interpretation of official statistical data from international institutional sources. The study examines the evolution of US-EU trade relations, highlighting both historical cooperation and episodes of tariff conflict, culminating in the 2025 tariff decisions and European reactions. The consequences raise economic uncertainty and trade dangers, bringing to light the increased interdependence of transatlantic economies and the importance of multilateral coordination of trade divergences.

Key words: tariff policies, transatlantic trade, economic interdependence, United States of America, European Union, Republic of Moldova

JEL CLASSIFICATION: F15, F17, F13, F51, E60

INTRODUCERE

Relațiile comerciale dintre Statele Unite ale Americii și țările Europei reprezintă una dintre cele mai dinamice și complexe legături economice din lume. În contextul schimbărilor petrecute recent pe arena internațională și, în special, în politica economică a SUA, aceste legături economice au avut de suferit major, având consecințe semnificative asupra ambelor maluri ale Atlanticului.

Așadar, acest studiu analizează potențialul impact al politicii comerciale curente promovate de Statele Unite asupra relațiilor acestora cu Uniunea Europeană, dar și cu Republica Moldova, punându-se accent pe tendințele sale protecționiste și posibilele consecințe viitoare.

Ne propunem să evaluăm tendința comerțului dintre SUA și statele europene influențată de măsurile tarifare noi, precum și să analizăm influența acestor politici asupra Republicii Moldova - stat aflat în vecinătatea Uniunii Europene, cu o economie deschisă și strâns legată și dependentă de partenerii transatlantici.

Obiectivele cercetării sunt:

- Analiza tendinței relațiilor comerciale dintre SUA și UE în actualul context;
- Examinarea impactului politicilor SUA asupra economiei Republicii Moldova, având în vedere conexiunea acesteia cu piața externă.

Pentru fundamentarea studiului realizat, a fost utilizată o abordare analitico-descriptivă, împreună cu metode comparative și date statistice care au permis să se extragă tendințele majore privind impactul politicilor comerciale americane asupra spațiului transatlantic și în vecinătatea acestuia.

Analiza se mai bazează pe surse academice și instituționale, reviste de specialitate și rapoarte ale Organizației Mondiale a Comerțului privind politicile comerciale ale SUA și UE și documente ale Comisiei Europene. Pentru o perspectivă mai obiectivă, studiul integrează rapoarte ale instituțiilor independente precum *Brookings Institution* și *Peterson Institute for International Economics*. Datele statistice provin din surse oficiale, inclusiv Eurostat, U.S. Census Bureau, Banca Mondială, FMI și altele.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Evoluția relațiilor dintre SUA și Uniunea Europeană a fost caracterizată de multe momente importante de cooperare, dar și de numeroase dezacorduri, fapt reliefat în *tabelul 1*. Acest lucru este demonstrat de evenimente precum: înființarea Consiliului Economic Transatlantic din 2007 (U.S. Department of State), lansarea negocierilor pentru stabilirea *Parteneriatului transatlantic pentru comerț și investiții* din 2013 (European Commission, 2013), care adresează consolidarea relațiilor comerciale și înlăturarea barierelor netarifare, dar și acordul din 2022 privind conflictul Airbus-Boeing (Kirkegaard, 2021). Pe de altă parte, a existat și un șir de dispute comerciale determinate de impunerea de tarife pe oțel și aluminiu de către SUA în 2018, ce au dus la răspunsuri neîntârziate și asemănătoare din partea Uniunii Europene. Anul trecut, în 2024, relațiile dintre SUA și UE au suferit schimbări pe fundalul relațiilor geopolitice și economice globale. Totuși, escaladarea disputelor tarifare din acest an subliniază provocările persistente în relațiile comerciale transatlantice.

Tabelul 1: Repere cronologice în fluctuația relațiilor comerciale dintre SUA și UE

Anul	Evenimentul	Descrierea
2007	Consiliul Economic Transatlantic	Mecanism de cooperare pentru reglementări comerciale și bariere netarifare.
2013	Lansarea negocierilor TTIP	Negocieri pentru un acord de liber schimb cuprinzător între SUA și UE.
2016	Înghețarea negocierilor TTIP	Disensiuni politice și preocupări sociale duc la suspendarea discuțiilor.
2018	Tarifele SUA pe oțel/aluminiu	SUA impune tarife pe importuri; UE răspunde cu măsuri similare. Se intensifică tensiunile comerciale.
2022	Acord parțial privind conflictul Airbus-Boeing	SUA și UE suspendă reciproc tarifele în disputa legată de subvențiile acordate producătorilor de aeronave.
2024	Recalibrarea relației comerciale	SUA și UE revizuiesc direcțiile cooperării comerciale, pe fondul schimbărilor geopolitice și economice globale.
2025	Escaladarea disputelor tarifare	SUA impune tarife de 25% la importurile de automobile europene. UE propune eliminarea completă a tarifelor pentru bunurile industriale, inclusiv în sectorul auto.

Sursa: Elaborat de autor în baza (European Commission, 2024)

Efectul evenimentelor sus menționate poate fi observat și în evoluția relațiilor comerciale dintre UE și SUA, în perioada ultimilor 10 ani (2014-2024), unde, deși se atestă o tendință crescândă a valorii de bunuri comercializate între cele doua puteri economice globale, totuși, există perioade de declin, precum cea din 2019-2020 și 2022-2023 (figura 1). Aceste fluctuații sugerează sensibilitatea legăturilor economice transatlantice determinate de factorii geopolitici și de politicile comerciale implementate de ambele părți.

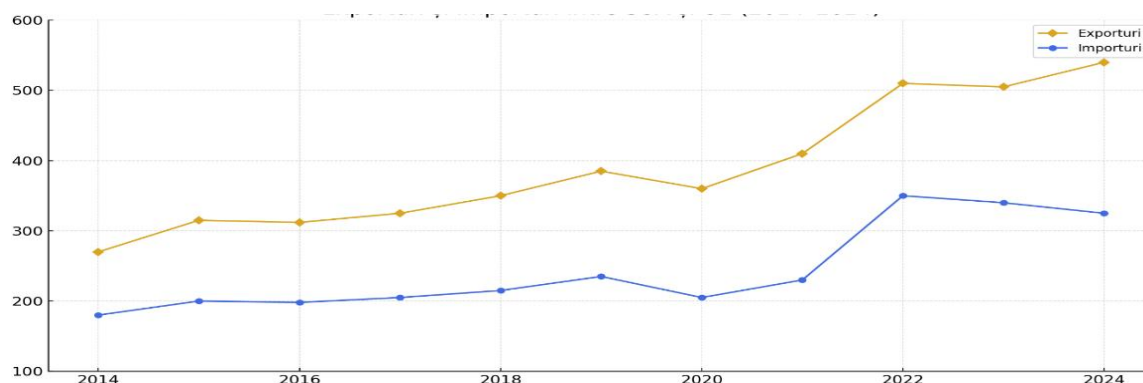


Figura 1: Comerțul UE cu SUA, 2014-2024, miliarde €

Sursa: adaptat de autor în baza (Eurostat, 2025)

În contextul recente dinamici a relațiilor transatlantice, anul 2025 se prezintă ca o etapă importantă în interacțiunea economică dintre Statele Unite ale Americii și Uniunea Europeană, marcată de adoptarea unor măsuri economice cu impact major. La 12 martie, 2025, Statele Unite introduc, o serie de tarife vamale suplimentare sub formă de taxe de 25% la importurile de aluminiu și oțel provenite din UE. Ulterior, la 2 aprilie 2025, administrația americană a lărgit aria restricțiilor comerciale, cuprinzând noi nomenclatoare tarifare europene de mărfuri. Astfel, UE se ciocnește cu tarife americane de 25% pentru oțel, aluminiu și automobile (în loc de 10 p.p. anterioare), precum și cu taxe de 20% pentru aproape toate celelalte produse. În acest context, tarifele SUA ar afecta un total de 26 de miliarde EUR din exporturile UE, ceea ce corespunde la aproximativ 5% din totalul exporturilor de bunuri ale UE către SUA (Trump, 2025).

În cele din urmă, reacția Uniunii Europene la noile tarife impuse de SUA nu a întârziat să apară, UE optând pentru adoptarea unei prime tranșe de tarife vamale asupra produselor americane, cu o valoare de peste 20 de miliarde de euro. Lista produselor vizate și cel mai mult afectate include produse agricole, de origine animală, dar și vegetală, produsele din lemn, produse din plastic, produse cosmetice și echipamentele electronice, care pot fi supuse tarifelor vamale de până la 25%. Pe de altă parte, Statele Unite ale Americii impune asupra importurilor din Moldova un nou tarif de 31% aplicat pe majoritatea produselor, marcând, astfel, o potențială schimbare a fluxurilor comerciale bilaterale. Această nouă măsură tarifară ar putea influența competitivitatea mărfurilor moldovenești pe piața americană și impune Republica Moldova să își ajusteze și reorienteze politica comercială. (Parlamentul European, 2025).

Însă, la doar o săptămână mai târziu, în data de 9 aprilie, Casa Albă anunță punerea pe pauză (pentru 90 de zile) a noilor tarife, atât a importurilor din țările Uniunii Europene, cât și celor din Republica Moldova, păstrând doar tariful de bază de 10%. În această perioadă de 90 de zile, SUA își propune renegocierea tratatelor existente cu partenerii săi comerciali în scopul luării unei decizii finale privind valoarea tarifelor aplicate, atât pentru produsele europene, cât și pentru cele moldovenești. Respectiv, aceste noi decizii comerciale stârnesc incertitudini economice semnificative pentru partenerii străini, influențând prognozele de creștere, strategiile de export și stabilitatea relațiilor comerciale globale. Pentru Uniunea Europeană, noile politici tarifare ale SUA, chiar dacă sunt suspendate temporar, creează un mediu economic de incertitudine cu implicații potențial profunde pe plan regional, după cum se prezintă și în figura 2.

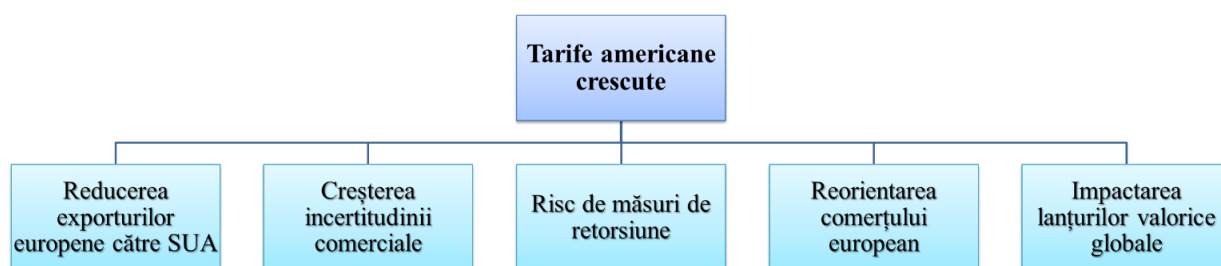


Figura 2: Consecințele creșterii tarifelor SUA asupra economiilor europene

Sursa: Elaborată de autor în baza (Parlamentul European, 2025)

În primul rând, din cauza creșterii tarifelor aplicate pe importurile de oțel, aluminiu și automobile – industrii importante ale economiei europene - ar putea fi diminuat substanțial exporturile din UE către SUA, fiind, astfel, afectate veniturile companiilor europene cu activitate internațională, dar și vizibilitatea acestor industrii. De asemenea, în acest context, producătorii din UE ar fi constrânși să își redirecționeze produsele către piețe noi de export, ceea ce implică cheltuieli majorate și necesită renegocierea acordurilor existente. Evenimentele petrecute afectează, la fel, și încrederea investitorilor, creând incertitudine pe piețele financiare și de distribuire a investițiilor străine directe pe malurile Atlanticului.

În această ordine de idei, impactul adus de tarife ar duce la o escaladare a războiului comercial dintre aceste puteri economice, afectând lanțurile de aprovizionare internaționale și crescând prețurile pentru consumatorii din UE, determinate de reducerea veniturilor provenite din exporturile către Statele Unite. În 2024, aceste venituri au ajuns la 531,6 miliarde euro, generând un excedent comercial semnificativ de 198,2 miliarde euro pentru Uniunea Europeană în comerțul cu bunuri. Această cifră subliniază dependența Uniunii Europene de piața americană pentru exporturile sale, SUA fiind partenerul său principal în relațiile comerciale.

Relațiile transatlantice, în contextul noii orientări economice a SUA influențează și Republica Moldova. În ultimii doi ani, exporturile moldovenești în SUA s-au dublat, ajungând în 2024 la 90 de milioane de dolari, ceea ce reprezintă circa 2,5% din totalul exporturilor Moldovei, comparativ cu 43 de milioane dolari în 2022. SUA este al cincilea importator de produse moldovenești, ceea ce face ca această decizie să fie resimțită de către unii exportatori din țară. Măsurile comerciale americane, justificate prin „principiul reciprocității comerciale” aplicat asupra produselor din RM, ar putea duce la o scădere a volumului exporturilor moldovenești și la diminuarea încrederii exportatorilor în relațiilor cu partenerii occidentali.

CONCLUZII & RECOMANDĂRI

În concluzie, relațiile dintre SUA și UE au un impact major asupra ambelor economii, iar fluctuația acestora, influențată de factorii geopolitici, se resimte în volumul și valoarea produselor comercializate. Politicile curente promovate de SUA, ce au ca scop să reducă deficitul comercial și să diminueze concurența bunurilor externe pe piața americană au stârnit incertitudine pe arena internațională, afectând ambele maluri ale Atlanticului. Aceste măsuri ar avea un impact direct, major și de lungă durată asupra economiei statelor Uniunii Europene, dar și asupra Republicii Moldova. Perturbarea lanțurilor de aprovizionare și sporirea riscurilor asociate schimbărilor intervenite diminuează încrederea investitorilor.

În scopul diminuării impactului acestor noi măsuri, Uniunea Europeană ar trebui să se focalizeze pe îmbunătățirea coordonării interne și diversificarea portofoliului de parteneri comerciali. În același timp, Moldova ar trebui să pună un accent sporit pe maximizarea competitivității produselor sale, dar și consolidarea capacității de adaptare și reorientare spre noi piețe de desfacere. În acest context, este important ca partenerii internaționali să opteze pentru soluții echilibrate, care au scopul să protejeze stabilitatea economică a tuturor părților implicate.

REFERINȚE:

1. European Commission. (13 iunie 2023). *Transatlantic Trade and Investment Partnership: Commissioner Karel De Gucht welcomes Member States' decision to start negotiations*. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_13_548
2. European Commission. (3 mai 2024). *EU-US Trade and Technology Council (2021-2024)*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/eu-us-trade-and-technology-council-2021-2024>
3. Eurostat. (13 iunie 2025). *EU27 (from 2020) trade by SITC product group*. European Commission. : https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ext_st_eu27_2020sitc/default/table?lang=en
4. Kirkegaard, J. F. (15 ianuarie 2025). *Settling the Boeing-Airbus dispute can deliver an early win for Biden's agenda*. Peterson Institute for International Economics. <https://www.piie.com/blogs/trade-and-investment-policy-watch/settling-boeing-airbus-dispute-can-deliver-early-win-bidens>
5. Parlamentul European. (14 februarie 2025). *Comerțul între UE și SUA: cum pot afecta tarifele vamale Europa*. <https://www.europarl.europa.eu/topics/ro/article/20250210STO26801/comertul-intre-ue-si-sua-cum-pot-afecta-tarifele-europa>
6. Trump, D. J. (2 aprilie 2025). *Regulating Imports with a Reciprocal Tariff to Rectify Trade Practices that Contribute to Large and Persistent Annual United States Goods Trade Deficits*. The White House. <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/04/regulating-imports-with-a-reciprocal-tariff-to-rectify-trade-practices-that-contribute-to-large-and-persistent-annual-united-states-goods-trade-deficits/>
7. U.S. Department of State (2025). *Transatlantic Economic Council*. <https://www.state.gov/bureau-of-european-and-eurasian-affairs/transatlantic-economic-council>

Coordonatori științifici: PANDELICĂ Ionuț, dr., prof. univ.,
Academia de Studii Economice din București, România,
București, Piața Romană 6, <https://ase.ro/>
e-mail: ionut.pandelica@rei.ase.ro

DODU-GUGEA Larisa, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: dodu-gugea.larisa@ase.md

ACCEPTING MULTILINGUALISM AND CULTURAL PLURALISM: A DIMENSION OF ACHIEVEMENT IN THE GLOBAL BUSINESS COMMUNITY

ACCEPTAREA MULTILINGVISMULUI ȘI A PLURALISMULUI CULTURAL: O DIMENSIUNE A SUCCESULUI ÎN COMUNITATEA GLOBALĂ DE AFACERI

BÎRCA Andreina, studentă, specialitatea: **Marketing și Logistică**
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: birca.andreina@ase.md

Rezumat: În contextul globalizării, multiculturalismul și multilingvismul joacă un rol esențial în succesul companiilor multinaționale. Diversitatea culturală și lingvistică stimulează inovația și îmbunătățește atât comunicarea, cât și satisfacția angajaților, facilitând colaborarea în echipe multiculturale. Organizațiile care promovează diversitatea sunt mai bine poziționate pentru a face față provocărilor piețelor internaționale, având acces la o gamă variată de perspective și soluții care contribuie la crearea unor strategii de marketing adecvate diferitelor culturi și la dezvoltarea de noi produse. Angajații multilingvi și biculturali aduc competențe precum flexibilitatea și sensibilitatea culturală, esențiale pentru leadership și managementul relațiilor internaționale. Studiile demonstrează că un climat organizațional diversificat și incluziv îmbunătățește performanța echipelor, sprijinind dezvoltarea unei culturi organizaționale inovative. De asemenea, recrutarea diversificată și programele de formare continuă a angajaților sunt fundamentale pentru valorificarea potențialului global al organizațiilor.

Cuvinte cheie: multiculturalism, inovație, multilingvism, creativitate, diversitate, adaptabilitate

JEL CLASSIFICATION: F23, Z13, M16, M14

INTRODUCTION

The world of business is changing rapidly, with homegrown startups transforming into ruling multinationals in a matter of months. Moreover, with the changes brought about by globalization, technology and economies, humans are migrating from one side of the globe to the other in search of progress, also meaning that learning and adapting to new languages and cultures become a necessity. With all these changes, multiculturalism and multilingualism are no longer just buzzwords, they are vital to winning in a business world that has gone global. On the other hand, there is a growing trend of traveling for learning and discovery. Companies frequently visit overseas companies, whether they are partners, collaborators, or investors in order to exchange knowledge and work ethics. This underlying change compels individuals to analyze and transform information into useful intelligence.

This top priority transformation calls upon individuals to critically examine and translate information into insightful meaning by logically structuring it and producing a version that serves the purposes of their nation. Ultimately, all these advancements would not be possible without the catalyst of cultural diversity. Having different cultural, ethnic, linguistic, and national people in one office encourages innovation and creativity by forcing them to collaborate. The diverse workforce provides an array of points of view, experiences, and ideas, enabling companies to compete in international markets, find consumer trends in regions, and design marketing campaigns appropriate for cultures.

This paper aims to examine how multilingualism and cultural diversity contribute to the success of multinational companies around the world, observing the source of various cultures in countries aiming for economic development. This study also examines how leading multinational companies em-

ploy linguistic diversity as well as cultural inclusivity in a bid to promote efficiency, innovation, and collaboration, and it is both a cause and a result of advancement. Since change is bidirectional in nature, this research examines the issues that businesses experience when integrating culturally and linguistically diverse teams, including language conflicts and cross-cultural misunderstandings. By changing career opportunities, it is necessary to investigate how multilingual and multicultural working environments influence the job performance, employee satisfaction, and career development in order to value the merit of linguistic and cultural diversity. Typically, it provides excellent growth prospects for workers to acquire new competencies, enhance their professional networks, and perform well under multi-cultural work environments. At the same time, as business companies learn and prosper, the market itself becomes larger, dynamic, and interconnected on a global scale, cultivating innovation and long-term prosperity. This is another aspect that this research studies, with focus on how shifting dynamics of multilingual and multicultural environments have a ripple effect, not only on employee development but also on the overall market climate in significant ways. Overall, this is aimed at economic growth through the application of strong human resources, the establishment of innovative products, the development of open economic relations, and increasing the potential for exports, which all contribute to a more developed and competitive world market.

As companies are expanding and hiring employees from all over the world who are of diverse nature, having a diverse employee base is not enough to promote growth and success. It is the establishment of differences between the employees that needs to be done in order to utilize the best out of such employees. Making employees compatible with each other and working as a team to the best of their capabilities is the key. Multilingualism is vital in the delivery of communication among diversified staff, thereby ensuring cooperation as well as job satisfaction. Researchers examined diversity climate and performance in diverse organizations and determined the influence of openness to linguistic, visible, value, and informational diversity on group performance and satisfaction. In a survey of 489 members of multicultural academic departments, they found that sensitivity to informational, value, and linguistic diversity positively influenced performance and satisfaction. Visible diversity was uncorrelated with performance, possibly because it was less prominent in multicultural contexts.

The study shows that enhancing positive intercultural interaction enhances group dynamics and subsequently innovation and performance. Human resource managers are encouraged by the researchers to value diversity through practices such as incentive schemes for inclusive behavior and diversity training to facilitate organizational success.

From a practical perspective, this study illustrates the value of effective diversity management in terms of enhanced perceived group performance and group satisfaction. Our findings suggest that establishing and maintaining a positive diversity climate could have positive financial implications for heterogeneous organizations. However, our results also indicate that a diversity climate that is open to surface-level diversity is less valuable than dimensions of a diversity climate that is related to communication, values, or knowledge – at least in multicultural organizations. In consequence, organizations may need to tailor their effort in creating the right diversity climate based on specific organizational characteristics. An organization's diversity climate can be improved by interventions at the individual level and at the organizational level. At the individual level, personnel responsible for diversity management initiatives could focus on training. (Lauring & Selmer, 2011)

In summary, the research points out the crucial influence of multilingualism and cultural diversity on team performance and satisfaction in multicultural organizations. Linguistic, value, and informational diversity foster greater collaboration, innovation, and ultimate success. While visible diversity might contribute less to these settings, focusing on inclusivity through training and supportive practices enhances group dynamics and organizational performance. The cultural differences are peacefully celebrated through improved relations, problem-solving, and creativity that allow businesses to succeed in a progressively globalized economy.

In the contemporary era, which becomes more globalized by the day, multicultural teams and organizations outperform monocultural ones. People who belong to more than one culture—biculturals and multiculturals—have special skills that make them better leaders and help their firms do better (Gillespie, Riddle, & McBride, 2010). They have flexibility, cultural sensitivity, and the ability to operate in complicated social and professional environments in more than a single culture. Multicultural individuals are found by one study to be more likely to be appointed to top-level jobs in multinational corporations, suggesting that multicultural experience can be a career development factor. That's because they have the ability to span cultures, communicate well in diverse groups, and implement global strategies with an informed understanding of several cultural perspectives. The multicultural exposure puts them in a position to offer strategic consulting services that allow companies to access global markets, cross-border partnerships, as well as create diverse workplaces that foster innovation and efficiency.

Further, multicultural leaders also have better problem-solving skills and greater vision so they can analyze issues from diverse dimensions. They are able to imagine potential problems of cultural miscommunication based on their own experience and proactively devise ways of prevention. Their ability to integrate diverse viewpoints and foster cross-cultural collaboration makes them valuable assets in leadership roles, ensuring that organizations remain competitive in an increasingly interconnected world (Gillespie, Riddle, & McBride, 2010). This is not meant to suggest that bilinguals alone can effectively run multinational companies. It is simply the massive part that fresh cultural awareness and alternative values have to play, which contribute towards the overall profitability and success of global firms. Through the adoption of multiple cultures, firms can draw on fresh ideas, are more attuned to the global market, and are better equipped to provide a working environment conducive to creativity and innovation. Cultural diversity thus becomes a significant driver of organizational growth and the development of innovative solutions to increasingly sophisticated global challenges.

Multilingualism is the chief driver of business growth. Companies with multilingual employees can communicate worldwide and across markets more effectively, create trust relationships with various customers, and manage cultural sensitivities, all of which matter in growth and survival. Reading material acknowledges companies that embrace linguistic diversity benefit from the incorporation of divergent thinking and problem-solving approaches (Cox & Blake, 1991).

For workers, multilingualism opens more job possibilities, enables them to collaborate with multicultural groups, and increases the capacity to perform in diverse work cultures. Multilingual employees have been shown to enhance teaming and decision-making, and thus contribute to collective productivity (Jayne & Dipboye, 2004). Companies that embrace linguistic diversity at the macro level become competitive on the international stage. They can increase customer bases, facilitate innovation, and offer greater market flexibility. Empirical research supports the efficacy of multicultural organizations since they operate better and are more innovative, sustaining their market leadership (Cox & Blake, 1991). Theory-driven research and empirical data support evidence for the claim that multilingualism benefits individual career success and overall organizational success. The facts are favorable for the value of multilingualism in firm growth, enhanced communication, and creativity. It may benefit the firms through an increased linguistic variety that may bring enhanced cooperation, effectiveness, and opportunities for market penetration. Employees may also be improved through a foreign language knowledge, improved employability, and seamless integration into multinational workplaces. Overall, the incorporation of multilingualism may set firms at the top of an ever-competing and internationalized setting.

CONCLUSION

In most cases, studies project that diversity and multilingualism drive growth and innovation in multinational companies. Multilingual employees translate to better communication, successful collaboration, increased job performance, and enhanced job satisfaction. Businesses, through lingu-

istic and cultural diversity, are able to achieve global competitiveness as well as foster a place of increased creative problem-solving and better cross-cultural relations. The study shows that a culture of linguistic, value, and informational diversity has to be established to achieve more organizational results like performance and innovation.

Practically, organizational recruitment of multicultural employees must be given importance, diversity training courses must be provided extensively, and workplaces must be established that acknowledge and respect cultural diversities. Cross-cultural collaboration should be promoted, and inclusive behaviors instilled, while employees should be supported in exercising cross-cultural capabilities by human resource practitioners. Cross-cultural competencies can help support overall firm performance, innovation, and competitiveness for companies within the growing globalized economy through cultural diversity and multilingualism. In the long term, utilizing diversity will drive organizational performance along with prepare businesses to thrive within an increasingly globalized world economy.

REFERENCES:

1. Cox, T.H., & Blake, S. (1991). Managing Cultural Diversity: Implications for Organizational Competitiveness. *The Executive*, 5 (3), 45-56.
2. Gillespie, Riddle, & McBride. (2010). Globalization, Biculturalism and Cosmopolitanism: The Acculturation Status of Mexicans in Upper Management. *International Journal of Cross-Cultural Management*
3. Luring, J. & Selmer, J. (2011) Multicultural organizations: Common language, knowledge sharing and performance. *European Management Review*, 8, 81–93.
4. Jayne, M.E.A., & Dipboye, R.L. (2004). Leveraging Diversity to Improve Business Performance: Research Findings and Recommendations for Organizations. *Human Resource Management*, 43 (4), 409-424.

Coordonator științific: ANDRONIC Carolina, asistent universitar,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 (79565873)
e-mail: andronic.carolina@ase.md

SECTIUNEA 1

ABORDĂRI MODERNE ÎN MANAGEMENT ȘI DEZVOLTAREA DURABILĂ A AFACERILOR

DEVELOPMENT OF MOLDCELL COMPANY THROUGH PRODUCT DIVERSIFICATION AND INNOVATION

DEZVOLTAREA COMPANIEI MOLDCELL PRIN DIVERSIFICAREA PRODUSELOR ȘI PRIN INOVAȚIE

CALIN Feodosia, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: feodosia.calin@ase.md

Abstract: *In a dynamic economic environment, companies in the telecommunications sector must adopt diversification and innovation strategies to maintain their competitiveness and meet market demands. This study examines the development model of Moldcell, focusing on expanding the product portfolio and implementing innovative solutions. Using market analysis, benchmarking, and financial performance evaluation methods, the research highlights the impact of innovations on the company's position. Moldcell's main strategic directions include service digitalization, integration of 5G technology, and the development of B2B solutions.*

Keywords: *telecommunications, diversification, innovation, digitalization, development strategies, Moldcell*

JEL CLASSIFICATION: O3, M1

INTRODUCERE

Într-un mediu economic caracterizat de schimbări accelerate, dezvoltarea companiilor depinde tot mai mult de capacitatea acestora de a se adapta și de a inova constant. Diversificarea gamei de produse reprezintă una dintre cele mai frecvente strategii adoptate de companii pentru a-și menține relevanța pe piață, a-și extinde cota de piață și a-și reduce riscurile asociate unui portofoliu restrâns (Ansoff, 1957). Conform teoriei lui Igor Ansoff privind matricea de creștere, diversificarea presupune introducerea de produse sau servicii noi fie pe piețele existente, fie pe piețe complet noi, implicând un nivel ridicat de risc, dar și potențial semnificativ de dezvoltare.

Diversificarea poate lua forme variate: concentrică – prin extinderea cu produse înrudite cu cele existente; orizontală – prin pătrunderea pe piețe noi cu produse noi; conglomerată – prin lansarea de produse fără legătură cu cele existente; și verticală – prin integrarea unor etape ale lanțului de producție și distribuție (Kotler & Keller, 2012). Alegerea unei strategii depinde de resursele disponibile, de competențele organizației și de condițiile pieței.

În paralel, inovația joacă un rol crucial în susținerea procesului de diversificare. Potrivit lui Peter Drucker (1994), inovația este un „instrument specific al antreprenorului”, esențial pentru adaptarea la schimbări și pentru valorificarea noilor oportunități. Inovația tehnologică, în particular, accelerează procesul de diversificare prin optimizarea proceselor interne și dezvoltarea unor produse și servicii inovatoare.

Scopul lucrării constă în analiza evoluției companiei S.A. Moldcell din perspectiva strategiilor de diversificare și inovare adoptate, urmărind identificarea impactului acestora asupra performanței companiei și a gradului de satisfacție al clienților.

Prin această abordare, se dorește evidențierea importanței unei viziuni strategice inovatoare și a unei adaptări continue într-un sector tehnologic aflat într-o evoluție permanentă.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Compania Moldcell, lider pe piața telecomunicațiilor din Republica Moldova, reprezintă un exemplu elocvent de adaptare strategică într-un mediu economic aflat în continuă schimbare. Într-

un context în care cerințele consumatorilor evoluează rapid, dezvoltarea prin diversificarea produselor și promovarea inovației reprezintă elemente esențiale pentru menținerea competitivității și extinderea pe noi segmente de piață.

Fondată în anul 2000, compania Moldcell s-a afirmat ca un operator digital care oferă o gamă extinsă de servicii și produse telecom, adresate atât clienților individuali (B2C), cât și companiilor (B2B). Strategia companiei se bazează pe o viziune inovatoare, care îmbină diversificarea portofoliului cu implementarea celor mai noi tehnologii, consolidându-și astfel poziția pe piața locală și contribuind activ la digitalizarea economiei moldovenești.

În ultimii ani, Moldcell a investit semnificativ în modernizarea infrastructurii, implementând rețele 4G și 5G și dezvoltând soluții digitale care depășesc telecomunicațiile clasice. Un exemplu este lansarea Moldcell Money – o platformă de plăți digitale care permite tranzacții rapide, sigure și accesibile. Astfel, compania combină tehnologia cu serviciile financiare, răspunzând nevoilor utilizatorilor tot mai orientați spre soluții integrate.

Moldcell s-a diferențiat de concurență prin inovație și digitalizare, oferind servicii integrate care depășesc telecomunicațiile tradiționale. De exemplu, integrarea soluțiilor financiare prin Moldcell Money a oferit utilizatorilor un portofel digital pentru tranzacții rapide și sigure. Moldcell a aplicat mai multe tipuri de diversificare pentru a-și extinde piața și serviciile.

Moldcell s-a diferențiat de concurență prin inovație și digitalizare, extinzându-și serviciile prin strategii de diversificare. Lansarea Moldcell TV, un serviciu de streaming cu acces la emisiuni, filme și evenimente, reflectă aplicarea unei diversificări orizontale și consolidarea poziției ca furnizor integrat de telecomunicații și media.

Această strategie a permis Moldcell să-și reducă dependența de veniturile din telecomunicații tradiționale, să-și extindă baza de clienți și să își crească profitabilitatea.

Moldcell Money reprezintă o direcție inovatoare în zona fintech, oferind transferuri de bani, plata facturilor și gestionarea finanțelor direct de pe smartphone. Deși concurența cu platforme consacrate precum Revolut și PayPal este puternică, integrarea cu celelalte servicii Moldcell poate deveni un avantaj competitiv.

Moldcell Money se confruntă cu dificultăți majore din cauza prezenței concurenților puternici și stabiliți pe piața serviciilor financiare digitale. Totuși, pentru a reuși, compania trebuie să investească în dezvoltarea Moldcell Money și să ofere funcționalități unice pentru a atrage și fideliza utilizatorii.

Diversificarea Moldcell către sectorul sănătății digitale, prin platforma E-Sănătate, reflectă provocările extinderii într-un domeniu diferit de telecomunicații. Platforma oferă consultații medicale online cu medici din Republica Moldova și România, însă nu a avut impactul așteptat din cauza lipsei de încredere a consumatorilor în furnizorii non-medicali. Totuși, prin parteneriate strategice și educarea pieței, E-Sănătate poate deveni un atu important, mai ales în zonele defavorizate.

Diversificarea Moldcell către sectorul sănătății digitale, prin platforma E-Sănătate, reflectă provocările extinderii într-un domeniu diferit de telecomunicații. Aplicând strategia de diversificare conglomerată, platforma oferă consultații medicale online cu medici din Republica Moldova și România, însă nu a avut impactul așteptat din cauza lipsei de încredere a consumatorilor în furnizorii non-medicali. Totuși, prin parteneriate strategice cu instituții din domeniul sănătății și educarea pieței, E-Sănătate poate deveni un element valoros al portofoliului Moldcell.

Strategiile de diversificare, precum Moldcell TV, Moldcell Money și E-Sănătate, arată potențialul de expansiune al companiei, dar implică riscuri și necesită investiții, adaptabilitate și inovație constantă.

PBX Virtual, un serviciu dedicat segmentului B2B, evidențiază orientarea Moldcell spre soluții pentru afaceri, oferind companiilor un sistem eficient de gestionare a apelurilor.

Integrarea tehnologiei eSIM și lansarea rețelelor 5G și IoT întăresc poziționarea Moldcell ca lider în inovație digitală, oferind soluții moderne și conectivitate avansată într-o piață aflată în continuă evoluție.

Aceste inițiative subliniază angajamentul Moldcell de a crește prin diversificare și inovare, adaptându-se la un mediu competitiv și dinamic. Prin extinderea constantă a gamei de servicii, compania își întărește reziliența și își poziționează brandul ca un lider inovator în telecomunicații.

Frecvența lansării produselor noi poate fi descrisă de aproximativ 1-2 produse/servicii strategice noi, pe an, conform tabelului 2 „Cronologia lansării serviciilor noi în ultimii ani” în funcție de strategia organizației și de cerințele pieței. Totuși astfel de modificări și produse noi ca pachete de abonamente noi, servicii noi introduce în aplicația MyMoldcell sau oferte special, au o frecvență de lansare mai mare – aproximativ 4-5 pe an.

Tabelul 1. Cronologia lansării serviciilor noi în ultimii ani

2000 (anul fondării)	apartea primelor tarife cu includerea SMS
2001 -2003	primele inovații în planurile tarifare cu plată în avans (Freestyle și Sumphony)
2004 – 2005	lansarea a peste 14 servicii noi (un record nou pentru comapanie) – cele mai mari proiecte fiind : MTM(Moldcell Transport Manager), primul pachet cu model WI-FI, notificările scurte CallMe, serviciul ThankYou(suplinirea contului altui abonat de pe numărul de telefon).
2009-2011	marele rebranding, culoarea oficială a companiei devenind Violet. Alte servicii noi de pe piață precum: Mclub(oferta de reduceri pentru abonați), Moldcell Cinema.
2012-2014	lansarea 4G (primul operator). Alte servicii : Mobile ID și noi abonamente.
2015-2018	lansarea noilor aplicații precum MoldcellTV, SafeKids, aplicația BiP și a proiectului educational #InternetFărăgriji pentru copii și părinți.
2019	lansarea magazinului online Moldcell, aplicației MyMoldcell Business, M-Security
2020 – 2021	Lansare cartel e-SIM, serviciul M-DOC, serviciile de internet fix + TV, crearea Fundației Moldcell
2022-2023	lansarea serviciul MoldcellMoney, E-Health.

Sursa: Elaborat de autor

Diversificarea gamei de produse a avut un impact semnificativ asupra dezvoltării Moldcell, atât din punct de vedere financiar, cât și al poziționării pe piață.

Introducerea serviciilor noi a contribuit la creșterea veniturilor și a bazei de clienți. De exemplu: Creșterea numărului de abonați la Moldcell TV a consolidat veniturile companiei pe segmentul de servicii digitale, lansarea Moldcell Money a generat venituri suplimentare din comisioane de tranzacție, serviciile de monitorizare și IoT au permis Moldcell să intre pe piața B2B, atrăgând companii care au nevoie de soluții de management al flotelor și securitate digitală.

În 2023, conform Situațiilor Financiare Individuale Pentru Anul Încheiat La 31 Decembrie 2023 Moldcell SA, compania Moldcell a demonstrat un angajament semnificativ față de dezvoltare și inovație, ceea ce a avut un impact pozitiv asupra performanței financiare generale. Veniturile au crescut cu aproximativ 7%, iar profitul net a atins 150 milioane MDL, comparativ cu pierderea de 65 milioane MDL în 2022, iar profitul operațional a crescut la 241 milioane MDL. Compania a realizat investițiile necesare pentru a asigura capacitatea și reziliența rețelei. În anul 2023, suma investită în compania Moldcell a fost de 130 milioane MDL, o scădere față de cele 147 milioane MDL din 2022. Din totalul alocat, 58 milioane MDL au fost destinați extinderii rețelei radio, 32 milioane MDL rețelei core, 18 milioane MDL rețelei de transmisie și 22 milioane MDL tehnologiilor informaționale și dezvoltării de platforme pentru servicii și produse. De asemenea, investițiile în diverse soluții IT și dezvoltarea de noi produse și servicii au contribuit la diversificarea portofoliului și la creșterea relevanței pe piață. Strategiile adoptate, împreună cu gestionarea eficientă a capitalului social și refinanțarea împrumuturilor, au susținut îmbunătățirea marjei de profitabilitate la 42%, consolidând astfel poziția Moldcell ca lider pe piața telecomunicațiilor din Republica Moldova.

Moldcell SA activează într-un mediu puternic competitiv, având rivali importanți precum Orange Moldova și Moldtelecom. Această competiție strânsă impune necesitatea unei diferențieri continue, nu doar prin prețuri competitive, ci și prin lansarea unor produse inovatoare și personalizate. Aceasta reprezintă o provocare pentru menținerea loialității clienților și atragerea de noi segmente de piață.

Reglementările guvernamentale influențează direct strategiile companiei, în special cele privind utilizarea spectrului de servicii și taxele telecom. Totodată, inovații precum eSIM necesită investiții și eforturi de educare a clienților, mulți dintre aceștia fiind reticenți la adoptarea noilor tehnologii, dar asta poate întârzia succesul acestor servicii.

Pentru o creștere sustenabilă, Moldcell ar trebui să se axeze pe extinderea serviciilor B2B și dezvoltarea de soluții IoT în domenii ca sănătatea, transportul și agricultura. Astfel, compania poate genera noi surse de venit și câștiga un avantaj competitiv.

În final, parteneriatele cu startup-uri și furnizori de tehnologii emergente pot accelera inovația, oferind acces la soluții avansate în domenii precum inteligența artificială și securitatea cibernetică, consolidând poziția Moldcell ca lider digital regional.

CONCLUZII

În concluzie diversificarea produselor și inovația sunt factori cheie ai succesului Moldcell. Prin extinderea serviciilor digitale și adoptarea tehnologiilor emergente, compania și-a consolidat poziția pe piață și a crescut satisfacția clienților. Deși provocările rămân, implementarea unor strategii de digitalizare și personalizare a serviciilor va continua să fie un diferențiator esențial pentru dezvoltarea companiei. Moldcell oferă un model de succes pentru companiile din telecomunicații care își propun să îmbine diversificarea cu inovația.

Diversificarea produselor și inovația reprezintă motoarele principale ale succesului Moldcell, iar acest model poate inspira alte companii din regiune să își extindă orizonturile strategice.

REFERINȚE:

1. Ansoff, H. I. (1957). *Strategies for Diversification*. Harvard Business Review.
2. Drucker, P. (1994). *Inovația și spiritul antreprenorial*. Editura Enciclopedică.
3. Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
4. Strategii De Diversificare. (2025). <https://strategii.wordpress.com/optiuni-strategice/strategiile-de-crestere/strategii-de-diversificare/>
5. Situațiile Financiare Individuale 2023 Moldcell SA. (2024) . [Situatii-financiare-individuale-Moldcell-SA-2023.pdf](#)

Coordonator științific: SENDREA Mariana, dr.,conf.univ.

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail: sendrea.mariana@ase.md

THE ROLE OF INNOVATION IN DEVELOPING A LEADERSHIP STRATEGY IN THE BANKING SECTOR

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ ЛИДЕРСКОЙ СТРАТЕГИИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

COVALENCO Larisa, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: covalenco.larisa@ase.md

Abstract. *The article discusses the concept and features of innovations, and analyzes their impact on the development and competitiveness of companies, especially in the banking sector. Particular attention is paid to key areas of implementation of innovative technologies, their impact on the efficiency of business processes, cost reduction and improvement of the quality of services provided. The article also presents factors contributing to the successful implementation of innovations, modern trends and the role of digital transformation in the banking sector of the economy. Research on the topic of innovations remains relevant, since the rapid development of technologies and changes in the business environment require companies to constantly implement new solutions to adapt to market conditions, improve efficiency and maintain competitive advantages.*

Keywords: *innovation, banking sector, competitiveness, leadership, Industry 4.0, profit*

JEL CLASSIFICATION: M19, O32.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире в условиях ужесточения конкуренции и динамичности бизнес-среды компании для обеспечения устойчивого развития, адаптации к быстро меняющемуся миру и сохранения лидирующих позиций стремятся разрабатывать и применять инновации, играющие стратегическую роль в деятельности компаний. Инновации являются основополагающим элементом современной бизнес-модели позволяя компаниям поддерживать и укреплять конкурентное преимущество, адаптироваться к изменениям, проявляя гибкость, повышать устойчивость к рискам, удовлетворять и предвосхищать потребность клиентов, а также, что немаловажно, привлекать таланты и формировать прогрессивную культуру, что предоставляет им возможность добиться успеха в долгосрочной перспективе. Абсолютно верно о фундаментальной роли инноваций, особенно для бизнеса, высказался “архитектор технологической революции” вдохновивший миллионы людей по всему миру своими идеями и подходом к инновациям- Стив Джобс „Инновация отличает лидера от последователя“ (Джобс, 2011). В условиях глобальных изменений банковский сектор претерпевает радикальные изменения, под влиянием цифровой революции, технического прогресса и постоянно эволюционирующих ожиданий клиентов, которые ведут к трансформации традиционных банковских процессов, делая их более эффективными, безопасными и удобными для клиентов.

Важность исследования заключается в том, что демонстрирует фундаментальное значение инноваций, которые позволяют банкам разрабатывать новые продукты и услуги, улучшать клиентский опыт, повышать операционную эффективность, укреплять безопасность и доверие клиентов, а также способствуют развитию гибкости и адаптивности к изменениям. Следовательно, компании, пренебрегающие современными технологическими трендами, рискуют утратить конкурентные преимущества, тогда как компании, в том числе и

банковские структуры, активно внедряющие инновации, способны не только укрепить свои позиции, но и обеспечить устойчивый успех и актуальность на рынке.

Цель данного исследования состоит в исследовании роли инноваций в формировании стратегии лидерства в банковском секторе, посредством рассмотрения основных теоретических концепций лидерства, проанализировав влияние инновационных технологий на конкурентоспособность банков и изучив успешные стратегии инновационного лидерства в банковском бизнесе.

Задачи исследования: анализ влияния инноваций на эффективность работы банков, изучение ключевых инновационных технологий и оценка зависимости между уровнем инвестиций в инновации и успешностью банков.

Предметом исследования являются инновации в банковском секторе, их взаимосвязь и влияние на развитие финансовых организаций.

ИННОВАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Проведя анализ специализированной литературы (Дорогая, 2022, Аверченков, 2016, Голдратт, 2014, и Суханкин, 2024), важно отметить, что в условиях глобальных изменений внедрение инноваций стало приоритетным направлением развития банковской сферы во всем мире, поскольку современные технологии повышают удобство для клиентов, обеспечивают усиление безопасности, снижают операционные затраты и увеличивают эффективность работы, определяя будущее финансовой индустрии. Инновации в банковском секторе в современном мире являются основным фактором прогрессирования, позволяя финансовым учреждениям адаптироваться к требованиям цифровой эпохи и отвечать на растущие ожидания клиентов, повышая свою конкурентоспособность. Стремление к инновациям в банке влечёт за собой значительные экономические выгоды, которые включают в себя снижение операционных затрат, рост доходов благодаря внедрению новых продуктов и услуг, увеличение клиентской базы и удержание клиентов, а кроме того сокращение затрат на инфраструктуру, что создаёт условия для устойчивого роста. Внедрению инноваций в банках способствует развитие Индустрии 4.0, которая представляет собой новую эпоху цифровизации, автоматизации, интеллектуального управления процессами и кардинально меняет принципы работы различных отраслей, включая промышленность, финансы и сервисные сферы. Составляющими технологиями индустрии 4.0 являются: роботизация, блокчейн, 3D печать, Big Data, виртуальная и дополнительная реальность, интернет услуг, промышленный интернет, горизонтальная и вертикальная интеграция систем, а также кибербезопасность (Дорогая, 2022). Стоит обратить внимание, что использование технологий Индустрии 4.0 требует значительных инвестиций, поскольку для развития новых технологий необходимы весомые затраты на исследования и разработки, а также создание, тестирование и адаптация новых решений к реальным условиям рынка требует времени и ресурсов. Кроме того, внедрение инноваций часто связано с необходимостью модернизации существующей инфраструктуры, обучению персонала и привлечению специалистов, что требует дополнительных инвестиций. Отсутствие финансовых вложений в инновации создаёт серьёзный риск для компаний потерять конкурентоспособность, устареть на фоне технологических изменений и уступить позиции более прогрессивным игрокам рынка.

Методы исследования использованные при написании научной работы: анализ и обобщение научной литературы и статистических данных, с целью изучения теоретических основ инноваций, тенденций внедрения в банковскую сферу, также сравнительный анализ – для сопоставления инвестиций в инновации различных банков и выявления их влияния на эффективность работы финансовых учреждений, кроме того, экономико-статистический метод, при котором проводится анализ зависимости между уровнем инвестиций в инновации и финансовыми показателями банков, такими как прибыль, капитализация и доля рынка, и

конечно же, метод экспертных оценок для изучения мнений специалистов банковского сектора о роли и эффективности внедрения инноваций.

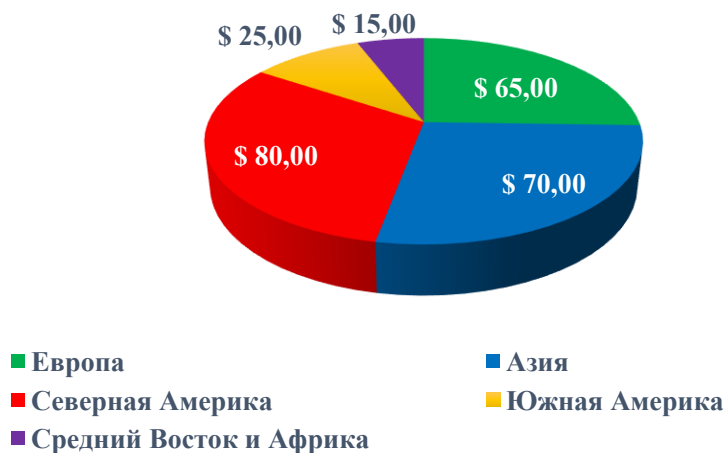


Рисунок 1: Расходы мировых банков на инновации (миллиарды \$) в 2023 году.

Источник: Выполнено автором на основании (Тсиартос, 2024)

На данной диаграмме представлены показатели расходов мировых банков на инновации, которые демонстрируют значение нововведений, позволяющих улучшать продукты и сервис, снижать издержки и повышать эффективность работы. Стоит отметить, что лидирующее положение занимает Северная Америка с показателем 80 миллиардов долларов, что составляет более 31% от общих мировых расходов в 2023 году. Кроме того, наблюдается колоссальный разрыв в финансовых показателях между расходами различных мировых банков на инновации, поскольку в Среднем Востоке и Африке данный показатель составляет всего лишь 6%. Анализ показывает, что существует прямая зависимость между объемом вложений в инновационные технологии и успешностью банка, выраженной в том числе и в капитализации, таким образом, инвестиции в инновации оказывают решающее влияние на успешность банков. Данное утверждение доказывают главные финансовые гиганты мира, находящиеся в Северной Америке и Азии, так как одним из самых крупных банков является JPMorgan с рыночной капитализацией более 600 миллиардов долларов, который находится в Нью-Йорке и предлагает своим клиентам широкий спектр самых разных услуг, от потребительских и коммерческих до инвестиционных и услуг управления активами. Стоит отметить, что также одним из крупнейших финансовых холдингов на планете является Bank of America Corp, рыночная капитализация которого составляет более 300 миллиардов долларов. И тройку самых крупных банков замыкает Industrial and Commercial Bank of China который является основным кредитором Китая, играя ключевую роль в развитии финансовой системы страны. (МАИБ, n.d.) Следовательно, финансовые учреждения, которые грамотно распределяют ресурсы и внедряют передовые технологии, получают конкурентное преимущество, увеличивают доходность и укрепляют свои позиции на рынке. (Суханкин, 2024)

Результаты исследования подтвердили ключевую роль инноваций в развитии, укреплении конкурентоспособности банковского сектора, так как внедрение современных технологий способствует увеличению капитализации и всех основных финансовых показателей. Экономические параметры демонстрируют прямую зависимость между уровнем инвестиций в инновации и успешностью банков, а ключевыми инновационными технологиями в банковской сфере являются искусственный интеллект, роботизация, блокчейн, Big Data, цифровые платформы и интернет-банкинг. Кроме того, среди ключевых факторов, способствующих цифровой трансформации, выделяются развитие технологий, растущие ожидания клиентов и усиление конкурентной среды. Основными препятствиями остаются высокие затраты на внедрение инноваций, необходимость модернизации ИТ-

инфраструктуры и кадровый дефицит специалистов в области финансовых технологий. Перспективы касающиеся развития инноваций в банковской сфере смело прогнозируют, что ближайшие годы ожидается дальнейшее усиление цифровизации, развитие беспилотных банковских сервисов и широкое использование нейросетей для персонализации банковских продуктов. (Голдратт, 2014)

Одним из представителей банковского сектора, а также лидером в Республике Молдова является МАІВ, имея более 2 400 сотрудников и более 1 054 000 клиентов, в том числе более 700 тысяч активных пользователей приложения Maibank, 591 корпоративных клиентов, более 36 тысяч активных клиентов из сегмента малого и среднего бизнеса. МАІВ является одним из крупнейших банков в стране по объему портфеля, в котором кредиты составляют 26,3 миллиарда леев и депозиты 44,1 миллиарда леев, что свидетельствует о значительном присутствии данного банка на рынке и доверии со стороны клиентов, данный банк владеет сетью по всей стране более 53 отделений, 50 агентств, 360 банкоматов и 16 330 терминалов самообслуживания. Следовательно, данные прогрессивные финансовые показатели являются прямым следствием активного внедрения инноваций, передовых технологий: роботизация, блокчейн, Big Data, интернет-банкинг и кибербезопасность, направленные на повышение эффективности и обеспечение безопасности банковских сервисов. Роботизация, позволяет автоматизировать множество рутинных операций в бизнесе, что приводит к ускорению обработки платежей, заявок на кредиты и транзакций, сокращению вероятности ошибок и, как следствие, повышению качества обслуживания клиентов. Чат-боты и голосовые помощники обеспечивают непрерывную поддержку, а автоматизированные системы содействуют борьбе с легализацией доходов, полученных преступным путем. Технология блокчейн внедряется для улучшения безопасности и прозрачности финансовых операций, поскольку оптимизирует международные денежные переводы, уменьшает операционные издержки и укрепляет связи с зарубежными партнерами. (Аверченков, 2016) Big Data играют ключевую роль в анализе поведения клиентов, что позволяет персонализировать банковские услуги, оптимизировать маркетинговые расходы и повышать лояльность клиентов. Интернет-банкинг делает финансовые услуги более доступными, упрощает проведение платежей, переводов и подачу заявок на кредиты, обеспечивая клиентам удобство и безопасность. Кибербезопасность является главным приоритетом МАІВ, поскольку банк использует шифрование данных, двух факторную аутентификацию, системы мониторинга угроз и регулярно проводит аудиты безопасности для защиты от кибер-атак. Внедрение данных технологий делает МАІВ лидером в банковской сфере, обеспечивая высокий уровень цифровой зрелости и конкурентоспособность на рынке, что доказывают показатели чистой прибыли.

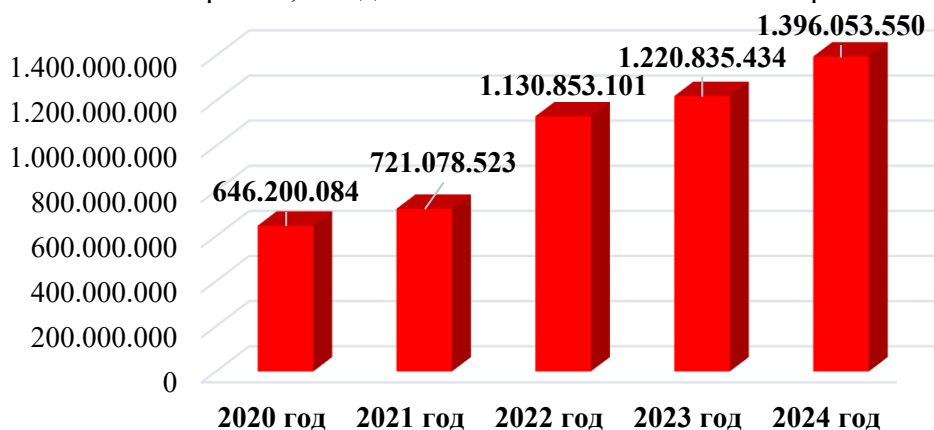


Рисунок 2: Чистая прибыль в банке МАІВ (л.д.).
Источник: Выполнено автором по результатам (МАІВ, n.d.)

На данной диаграмме представлены показатели чистой прибыли в банке МАІВ, которые подтверждает существование прямой зависимости между объемом вложений в новые технологии и финансовыми показателями. Стоит отметить, что чистая прибыль в 2024 году составила 1 396 053 550 лей, что в два раза превосходит показатель 2020 года 646 200 084 лей и отчётливо демонстрирует, что по мере введения и распространения как можно большего количества инноваций увеличивалась прибыльность, конкурентоспособность и повысилась долгосрочная устойчивость банков.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Внедрение инноваций играет основополагающую роль в прогрессе банковского сектора, который напрямую влияет на усиление его позиций в конкурентной среде, повышение производительности и обеспечение устойчивости. Передовые технологии открывают перед банками возможности для автоматизации рутинных операций, уменьшения операционных затрат, улучшения качества обслуживания потребителей и разработки индивидуальных финансовых продуктов. Исследование мирового опыта показывает четкую корреляцию между объемом инвестиций в инновационные проекты и успехами банков, измеряемыми ростом прибыльности, увеличением рыночной капитализации и расширением клиентской базы. В эпоху цифровой трансформации и эволюции Индустрии 4.0, банки, активно использующие искусственный интеллект, блокчейн, технологии больших данных и автоматизированные решения, получают существенные преимущества в конкурентной борьбе и обеспечивают более высокий уровень безопасности финансовых транзакций, минимизируют вероятность мошенничества и облегчают клиентам доступ к банковским услугам. Предприниматель Ричард Брэнсон сказал: „Целью внедрения инноваций не всегда бывает первенство и лидерство в своей сфере, главное — быть лучшими.“, следовательно, инновации стали неотъемлемой частью стратегического развития банков, позволяя им адаптироваться к постоянно меняющимся условиям рынка.(Брэнсон, 2015)

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Аверченко, В., (2016). *Инновационный менеджмент. Инвестиционное обеспечение инновационных проектов.*
2. Брэнсон, Р. (2015). *Мои правила. Слушай, учись, смейся и будь лидером.*
3. Голдратт, М. (2014). *Цель. Процесс непрерывного улучшения.*
4. Джобс, С. (2011). *Steve Jobs in His Own Words.*
5. Дорогая, И. (2022). *Менеджмент изменений и инноваций в условиях четвёртой промышленной революции.* ASEM
6. Суханкин, И. (2024). *Инновационный менеджмент и его влияние на экономический рост.* <https://1economic.ru/lib/121131>.
7. Тсиартос, К. (2024). *Innovation in Banking.* :<https://academy-of-business.com/innovation-in-banking/>.
8. МАІВ. (n.d.). <https://surl.li/ogjrgi>.

Coordonator științific: DOROGAIA Irina, dr. hab., prof.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: dorogaia.irina.ion@ase.md

CHALLENGES OF IMPLEMENTING SOCIAL INITIATIVES: EXPERIENCE AND REALITY

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ: ОПЫТ И РЕАЛЬНОСТЬ

PANAS Daria, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu – Bodoni 61

e-mail autor: panas.daria@ase.md

Abstract: Social initiatives are essential for addressing societal issues, yet many people hesitate to participate. This paper examines the psychological and organizational factors that hinder participation, such as diffusion of responsibility, bystander effect, mistrust in fund allocation, and fear of criticism. Through a charity initiative example, the paper highlights the challenges faced in organizing and executing social projects, even when one anticipates difficulties, emphasizing the resilience required to overcome obstacles and ensure success.

Key-words: societal issues, diffusion of responsibility, bystander effect, criticism, charity initiative.

JEL CLASSIFICATION: M1, M2

ВВЕДЕНИЕ

Социальные инициативы – это мощный инструмент для решения общественных проблем и укрепления социального единства. Однако, несмотря на всю значимость этих инициатив, их внедрение сопровождается с рядом трудностей, как психологического, так и организационного характера.

Цель статьи — выявить причины, по которым люди избегают участия в социальных инициативах. На примере благотворительного проекта будет показано, как эти трудности преодолеваются на практике, несмотря на возникшие препятствия.

Методология исследования. В исследовании была использована качественная методология, сочетающая теоретический анализ и наблюдение с участием. На первом этапе были изучены психологические и организационные барьеры участия в социальных инициативах, включая такие феномены, как диффузия ответственности и эффект свидетеля. Анализ проводился на основе открытых научных и популярных источников. На втором этапе рассматривался личный опыт автора в организации благотворительной кампании по сбору средств для приюта животных, что позволило выявить реальные трудности, возникающие в ходе реализации инициатив, а также практические способы их преодоления.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

1) Психологические факторы:

Одной из главной причин, по которым люди не участвуют в социальных инициативах являются психологические особенности. Особое внимание заслуживает теория диффузии ответственности. Согласно этой теории, человек находящийся в группе, склонен считать, что ответственность за принятие решений разделяется между всеми ее участниками. Иными словами, каждый думает, что кто-то другой возьмет на себя инициативу. В итоге это приводит к тому, что личная мотивация действовать снижается, поскольку человек полагает, что его участие не будет значимым и необходимым. Возникает вопрос: “Зачем мне что-то делать, если это уже сделают другие?”.

Не менее важен эффект наблюдателя, который тесно связан с диффузией ответственности. Этот эффект проявляется, когда при наличии большого числа свидетелей каждый человек полагает, что кто-то другой возьмет на себя инициативу и окажет помощь. В результате, несмотря на очевидность проблемы, никто не решается действовать, полагаясь, что это сделает кто-то другой. И тут важно отметить, что речь не идет о безразличии – это не означает, что людям все равно. Например, мы часто видим видео, на которых изображены правонарушения или нештатные ситуации, происходящие на глазах у прохожих. На таких записях видно, как люди проходят мимо, не вмешиваясь. Это пример эффекта наблюдателя: каждый считает, что кто-то другой должен вмешаться, и, в итоге, никто не вмешивается.

В контексте благотворительности как диффузия ответственности, так и эффект наблюдателя являются ключевыми психологическими барьерами, которые объясняют, почему люди часто остаются безучастными к социальным инициативам, даже когда понимают их важность.

2) Организационные факторы:

Помимо психологических аспектов, существуют и организационные факторы, которые мешают людям участвовать в социальных инициативах. Одним из таких факторов является недоверие к благотворительным проектам. Многие опасаются, что собранные средства будут использованы не по назначению или вовсе похищены. Также распространен страх перед критикой: люди боятся негативной реакции со стороны окружающих, что может помешать им принять участие в инициативе.

Кроме того, важным фактором является нехватка финансов и времени. Многие потенциальные участники хотят помочь, но не могут себе позволить пожертвования или не имеют достаточно свободного времени для участия в волонтерской деятельности, не говоря уже о ее организации.

Таблица 1. Проблемы участия в социальных инициативах и способы их решения

ПРОБЛЕМА	РЕШЕНИЕ
Диффузия ответственности	Повышение личной мотивации через персонализированные обращения
Недостаток доверия к проектам	Прозрачность финансовых отчетов и регулярная отчетность
Критика и психологическое давление	Игнорирование негативных комментариев, фокус на цель

Практический пример: Кампания по сбору средств для приюта животных

В ноябре 2024 года я, при поддержке нескольких однокурсников, организовала благотворительную кампанию по сбору средств для приюта животных в Крикове. Первоначально мы планировали собрать 10 000 леев за две недели, однако, из-за непредвиденных обстоятельств кампания была продлена на весь месяц. В итоге мы смогли собрать 17145 леев. Для обеспечения прозрачности и предотвращения подозрения в мошенничестве, мы отказались от личных переводов и указали реквизиты социального фонда приюта. Было установлено два бокса для сбора наличных: один в Университете Асем, второй — в салоне «*my_marafet_studio*». Благодаря моей медиа-активности и ранее налаженным знакомствам информация о сборе быстро распространялась, поэтому проблем с вниманием аудитории не возникло — кампания оставалась на слуху.

Проблемы и их решения:

1) Кража денег из одного из боксов:

Одной из самых серьезных проблем стало хищение средств из бокса, расположенного в университете Асем. Из-за отсутствия камер видеонаблюдения мы не смогли найти виновного и вернуть украденные деньги. В ответ на это я решила поделиться историей в социальных сетях, подробно и эмоционально описав случившееся. История вызвала

эмоциональный отклик у людей, охваты аудитории значительно выросли, и за один день удалось собрать 5000 леев.

2) Критика и психологическое давление:

Я также столкнулась с критикой со стороны окружающих. Некоторые люди выражали недовольство тем, что помощь оказывается животным, а не людям. Некоторые высказывались в духе: «Почему помогаешь животным, а не людям?» или «Мне нет дела до собак, люди спят под забором, а тебе всё равно». Такие комментарии, пусть и не выбивали меня из колеи, всё же оставили свой негативный след. Важно было осознать, что те, кто критикуют, в большинстве случаев сами ничего не делают для решения социальных проблем. Это понимание помогло мне сосредоточиться на цели и не позволить чужому мнению повлиять на ход проекта.

ВЫВОД

Опыт организации благотворительной кампании показал, что даже при полной подготовке могут возникнуть неожиданные трудности — от кражи средств до критики со стороны окружающих. Эти препятствия, как психологического характера (диффузия ответственности, эффект наблюдателя), так и организационные (подозрения в мошенничестве, страх критики), являются реальными барьерами для участия в социальных инициативах. Однако именно в каждой сложной ситуации важно не сдаваться, а искать не только выход, но и выгоду, превращая проблемы в возможности для развития. Такой подход позволяет не только преодолевать возникающие трудности, но и укреплять уверенность в значимости социальных проектов, способствуя их дальнейшему внедрению и успеху.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. *Diffusion of responsibility*. (n.d). <https://te-st.org/2021/10/13/diffusion-of-responsibility/>
2. PSYFACTOR. *Эффект свидетеля (bystander effect)*. (n.d.) <https://psyfactor.org/lib/effect-svidetelya.htm>

Coordonator științific: CĂLUGĂREANU IRINA, dr. hab., conf. univ.

Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu – Bodoni 61
e-mail: calugareanu.irina@ase.md

THE IMPACT OF GENERATION Z ON CORPORATE CULTURE

ВЛИЯНИЕ ПОКОЛЕНИЯ Z НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ

DOLHER Hanna studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: dolher.hanna@ase.md

Abstract: In today's rapidly evolving business landscape, where technological advancements and shifting values redefine traditional norms, the influence of Generation Z on corporate culture is emerging as a pivotal factor for organizational success. This paper examines how the unique characteristics and expectations of Generation Z reshape workplace dynamics, drive innovation, and foster a more inclusive and flexible environment. It highlights that the infusion of digital fluency, a preference for collaborative work, and an emphasis on work-life balance can lead to improved team engagement and heightened overall performance. At the same time, organizations that fail to adapt to these evolving demands risk encountering diminished motivation, resistance to change, and potential conflicts. The paper presents a detailed analysis of the evolving roles and behaviors of both leaders and employees in this new era, providing insights into the necessity of integrating modern leadership qualities with traditional management practices. Ultimately, the study underscores that successfully harnessing the potential of Generation Z not only enhances team cohesion but also drives sustainable growth and competitive advantage for the entire organization.

Keywords: Generation Z, corporate culture, innovation, adaptation

JEL CLASSIFICATION:M14

ВВЕДЕНИЕ

Современная бизнес-среда характеризуется быстрыми изменениями и высокой степенью неопределённости, что требует от организаций постоянной адаптации и пересмотра внутренних процессов. Одним из ключевых аспектов успешной адаптации является формирование и развитие корпоративной культуры, способной обеспечить эффективное взаимодействие сотрудников, поддерживать инновационное мышление и способствовать достижению стратегических целей компании. **Важность** заключается в адаптации корпоративной культуры к ожиданиям поколения Z, чтобы обеспечить баланс между эффективностью управления и удовлетворённостью сотрудников. **Цель исследования** – определить влияние поколения Z на корпоративную культуру, провести сравнительный анализ изменений в управленческих подходах и рабочих процессах, а также оценить эффективность адаптации корпоративной среды к ценностям и ожиданиям молодых специалистов. **Задачами** исследования являются анализ влияния поколения Z на корпоративную культуру, оценка изменений в управлении и рабочих процессах, выявление проблем адаптации и разработка рекомендаций для эффективного взаимодействия с молодыми специалистами.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ НА РАБОЧУЮ СРЕДУ И КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ ПОКОЛЕНИЯ Z.

В последние годы наблюдается заметное влияние поколения Z на корпоративную культуру организаций, поскольку молодые специалисты, выросшие в эпоху цифровых технологий и глобализации, приносят с собой новые ценности, ожидания и модели поведения.

Поколение Z (зет) или зумеры 2000 – 2010 – поколение Digital, стартапов и креативного предпринимательства. Для них не существует шаблонов и ограничений, принципов и устойчивых взглядов. (Теория поколений... X, Y, Z и А (альфа)- кто есть кто?, n.d). Поколение Z вносит новый, свежий взгляд в рабочую среду: представители этого поколения активно используют цифровые технологии, уделяют внимание социальным вопросам и стремятся к балансу между карьерой и личной жизнью. Во время пандемии и в

последующий период сотрудники стали по-новому воспринимать условия труда, что привело к заметной трансформации корпоративной культуры. Традиционная модель управления, базирующаяся на жесткой иерархии и контроле, постепенно отходит на второй план, уступая место более открытым и человеческим подходам, где акцент делается на благополучии, ощущении принадлежности и смысле работы. Одновременно с этим новое поколение работников, представители поколения Z, уверенно входит в состав коллективов, что вынуждает руководителей компаний искать пути интеграции их уникальных ценностей и ожиданий в существующую рабочую среду. В условиях массового ухода бэби-бумеров и активного включения зумеров в рабочую силу, компании вынуждены адаптировать управленческие практики и создавать условия, способствующие эффективному взаимодействию и раскрытию потенциала молодых специалистов. **Методы исследования**, используемые в работе: сравнительный анализ характеристик поколения Z и бэби-бумеров, а также аналитический метод изучения научных публикаций и исследований.

«Бэби-бумеры» — это поколение, родившееся примерно в период с 1946 по 1964 год. (Теория поколений по годам, 2025). Это демографическая группа, которая существенно формировала рабочую силу в послевоенные годы и долгое время доминировала в корпоративной среде, но в настоящее время массово выходит на пенсию, что оказывает влияние на формирование новой корпоративной культуры.

Для более глубокого понимания происходящих изменений стоит обратить внимание на особенности двух ключевых поколений — бэби-бумеров и представителей поколения Z. Ниже мы проведем сравнительный анализ их ценностей, подходов к работе и ожиданий от корпоративной культуры, что позволит увидеть, как их взаимодействие формирует новые управленческие практики и рабочую среду.

Таблица 1. Сравнительный анализ ключевых характеристик бэби-бумеров и зумеров.

Аспект	«Бэби-бумеры»	«Зумеры»
Отношение к работе	Склонны к преданности компании, ценят стабильность и традиционные карьерные пути	Стремятся к гибкости, ищут баланс между работой и личной жизнью, ожидают более персонализированного подхода
Технологическая грамотность	Они перешли от аналоговых к цифровым технологиям, освоили новые инструменты, но часто предпочитают традиционные методы общения.	С самого рождения знакомы с цифровыми технологиями, активно используют новые инструмент, мобильные устройства и социальные сети
Ценности и приоритеты	Ориентированы на профессионализм, лояльность и коллективные достижения, ценят долгосрочные отношения с работодателем	Акцентируют внимание на этике, инклюзивности, разнообразии и социальной ответственности
Ожидания от рабочего места	Стабильность, формальные карьерные перспективы, предсказуемость	Гибкие условия работы, возможность удаленной работы, значимые проекты и развитие профессиональных навыков
Лидерский стиль	Предпочитают иерархический, командно-ориентированный	Ожидают более гибкого и демократичного стиля

*Источник: Выполнено автором на основе информации
(Теория поколений X, Y, Z и бэби-бумеров по годам, 2024)*

Результаты исследования. Влияние поколения Z на корпоративную культуру является ключевым фактором в современной бизнес-среде. Анализ выявил, что представители этого поколения, выросшие в цифровую эпоху, требуют гибких условий труда,

прозрачной коммуникации и возможностей для профессионального роста, что вынуждает организации переходить от традиционных иерархических моделей к более демократичным и инновационным управленческим подходам. Эти изменения способствуют повышению мотивации сотрудников, улучшению командной работы и укреплению конкурентных преимуществ компаний.

В условиях демографических изменений работодателям важно адаптироваться и перестраивать корпоративную культуру, чтобы привлекать и удерживать молодых талантливых специалистов. Вот основные рекомендации, которые помогут не оказаться в «демографической яме»:

1. Сильный менеджмент - Чтобы завоевать доверие и авторитет сотрудников поколения Z, необходимо отказаться от простого иерархического подхода и стать настоящим лидером. Руководитель должен: во-первых, демонстрировать экспертные знания и делиться опытом. Во-вторых, четко формулировать задачи, объясняя их смысл и описывая конкретные требования, сроки и ожидаемые результаты. В-третьих, предоставлять подробную обратную связь: более 60% молодых специалистов ожидают регулярной оценки своей работы и конструктивных комментариев.

2. Гибкий график работы - Представители поколения Z ценят возможность самостоятельно организовывать рабочий процесс. Работодателям следует: во-первых, предусмотреть гибридные и удалённые форматы работы, позволяющие сотрудникам работать не только в офисе, но и из дома или других удобных мест. Во-вторых, ввести гибкие рамки начала и окончания рабочего дня, что позволит учитывать индивидуальные особенности и повышать продуктивность команды. Кроме того, при выборе работодателя представители поколения Z в первую очередь обращают внимание на атмосферу в коллективе, для них важно чувствовать себя частью команды и понимать, что их вклад действительно важен. Это требует от компаний переосмысления стандартных подходов к управлению персоналом. (Поколение Z: как работодателю найти с ними общий язык?, n.d).

3. Новые стратегии обучения - Учитывая, что внимание молодых специалистов может быть рассеянным, традиционные методы обучения зачастую оказываются неэффективными. Рекомендуется: во-первых, разбивать программу адаптации на небольшие, легко усваиваемые этапы. Во-вторых, назначать наставников, которые будут помогать новым сотрудникам быстро влиться в рабочий процесс и освоить необходимые навыки. В-третьих, использовать современные форматы обучения, так как наиболее эффективно они усваивают информацию через короткие видео, геймификацию и интерактивные онлайн-курсы. (Теория поколений... X, Y, Z и А (альфа)- кто есть кто?, n.d)..

4. Конкурентная система вознаграждения - Несмотря на стремление к балансу между работой и личной жизнью, большинство зумеров готовы работать сверхурочно, если их труд будет достойно оплачен. (Поколение Z на работе: черты, ценности, особенности, 2021).

После описания основных рекомендаций становится очевидно, что современные работодатели должны быть готовы к изменениям, чтобы создать привлекательную и эффективную рабочую среду для поколения Z. Ниже приведен график, который, на мой взгляд, отлично иллюстрирует эти аспекты.

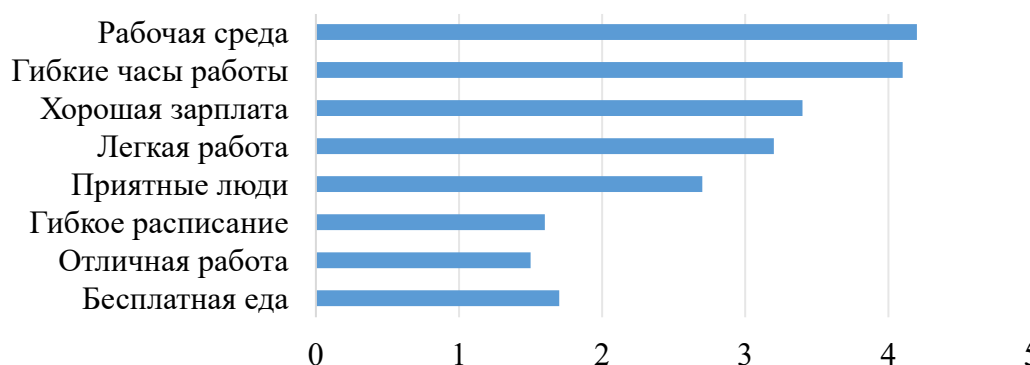


Рисунок 1. Распространённые среди поколения Z причины выбрать работу

Источник: Выполнено на основе источника

(Поколение Z на работе: черты, ценности, особенности, 2021)

Исследование показало, что самые важные причины выбора работы для поколения Z - рабочая среда, гибкие часы работы и хорошая зарплата.

Влияние поколения Z стимулирует появление новых подходов к управлению и организационной структуре. Компании, способные вовремя адаптироваться, получают ряд преимуществ: во-первых, активное использование цифровых технологий поколением Z способствует внедрению новых инструментов, автоматизации и повышению эффективности внутренних процессов. Во-вторых, гибкие формы работы и современные методы обучения позволяют организациям быстрее реагировать на изменения рынка и сохранять конкурентоспособность. В-третьих, под влиянием зумеров компании начинают уделять больше внимания вопросам социальной ответственности, инклюзивности и устойчивого развития, что положительно сказывается на имидже бренда и привлечении талантов.

Для успешного роста компании, будь то экстенсивное или интенсивное развитие, руководителям важно адаптироваться к взаимодействию с поколением Z. (Как зумеры меняют бизнес: что необходимо знать компаниям, чтобы работать с поколением Z, 2024).

Достижение этого эффекта возможно посредством активного участия в конференциях, расширения деловых контактов и сотрудничества с другими организациями. Важным аспектом является налаживание взаимодействия с вузами через проведение встреч, презентаций и обмен мнениями с молодыми специалистами. Чем ближе компания оказывается к представителям этого поколения, тем точнее она может понять их ожидания и подходы. При этом не следует ограничиваться исключительно профессиональной сферой – поиск общих интересов, например, хобби или музыкальных предпочтений, способствует более быстрому установлению контакта и повышению эффективности коммуникации с зумерами.

ВЫВОДЫ

Подводя итог проведённому анализу, можно отметить, что влияние поколения Z на корпоративную культуру проявляется через изменение ценностных ориентиров, стиля общения и управленческих практик. Современные организации, стремящиеся к успеху в условиях динамично меняющегося мира, должны принимать во внимание эти изменения, интегрируя гибкость, инновации и социальную ответственность в свою корпоративную стратегию.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Как зумеры меняют бизнес: что необходимо знать компаниям, чтобы работать с поколением Z.(2024):<https://neohr.ru/zumery-business>.
2. Поколение Z: как работодателю найти с ними общий язык?.(n.d.)<https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/avito-rabota/pokolenie-z/>.

3. Поколение Z на работе: черты, ценности, особенности. (2021). : <https://skillbox.ru/media/management/kak-khantit-sotrudnikov-iz-pokoleniya-z-i-kak-potom-imi-upravlyat/>
4. Теория поколений по годам. (2025). <https://lenta.ru/articles/2025/03/17/teoriya-pokoleniy/>.
5. Теория поколений... X, Y, Z и А (альфа)- кто есть кто?. (n.d). <http://spsu.ru/news/4525-teoriya-pokolenij-x-y-z-i-a-al-fa-kto-est-kto>.

Coordonator științific: CĂLUGĂREANU Irina, dr. hab., conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: calugareanu.irina@ase.md

SUSTAINABLE PRODUCTION AND MINIMIZATION OF INDUSTRIAL WASTE

PRODUȚIA SUSTENABILĂ ȘI MINIMIZAREA DEȘEURILOR INDUSTRIALE

LOZOVAN Nicoleta, studentă, specialitatea:BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: lozovan.nicoleta@ase.md

Abstract. In this article we analyze, using public platform and official sites, trends and innovations that were made in sustainable production and what strategies some companies choose for minimalizing their waste. Such practises involves using principles of a circular economy like: reuse, recycle, refill and make packaging that are compostable; along with that implement renewable energy systems, and adopting green transports and green chemistry to decrease greenhouse gas emission. There are some major, international companies that already had adopted some plans of action like IKEA, Unilever, Patagonia and Tesla. Their initiatives demonstrate that the transition to a more sustainable economy and life style have a lot of benefits on people health and good growing economy.

Key words: sustainability; production; waste; circular economy; reduce; reuse.

JEL CLASSIFICATION: M11, Q01, Q50, Q56

INTRODUCERE

Consumul excesiv al populației, utilizarea resurselor neregenerabile, poluarea mediului și urbanizarea excesivă au condus la o criză ecologică de proporții semnificative. În trecut, aceste aspecte ecologice erau adesea ignorate în procesul de producție, iar companiile se concentrau în principal pe obținerea profitului. Totuși, situația a început să se schimbe în secolul XXI, devenind atât de gravă încât nu mai este posibil să trecem cu vederea indiferența întreprinderilor industriale față de poluare și utilizarea iresponsabilă a resurselor. Analizând tendințele recente, nu este surprinzător faptul că nu doar consumatorii susțin valori durabile, ci și companiile se orientează tot mai mult spre soluții sustenabile.

Scopul lucrării constă în analiza conceptelor și practicilor legate de producția sustenabilă, punând accent pe strategiile de minimizare a deșeurilor industriale.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Pentru obținerea informațiilor necesare în cadrul acestui articol, a fost utilizată metoda de cercetare descriptivă ce include în sine practici precum observarea, analiza și descrierea fenomenului analizat. Ca surse de informații au servit articole de pe site-uri oficiale ale U.S. Environmental Protection Agency, Parlamentul European și Comisia Europeană, precum și date statistice preluate de pe rețelele sociale ale companiilor sau eurostat.eu.

Conform unei publicații de U.S. Environmental Protection Agency (2024), “producția sustenabilă” este definită ca fiind: „Crearea de produse fabricate prin procese viabile din punct de vedere economic, care reduc impactul negativ asupra mediului, conservând în același timp energia și resursele naturale.”

Deșeurile industriale reprezintă totalitatea de materii reziduale, de natura lichidă, solidă și gazoase, ce apar ca rezultat a diferitor activități ai întreprinderii, de exemplu, procesul de producție, extragerea resurselor naturale și producția chimică. În așa mod, gestionarea corectă a acestora este un principiu de bază în economia sustenabilă.

Există numeroase **strategii** și practici pe care întreprinderile, indiferent de mărimea lor sau de piața pe care activează fie locală sau internațională, le pot implementa pentru a deveni mai sustenabile. În acest sens menționăm:

- *Economia circulară* - „un model de producție și consum, care implică folosirea în comun, închirierea, reutilizarea, repararea, renovarea și reciclarea materialelor și produselor existente cât mai mult timp posibil”(Parlamentul European, 2023). Refolosirea și reciclarea produselor oferă un set de beneficii pe baza cărora ar putea profita nu doar companiile, dar și consumatorii, fiindcă în acest model se înscrie și „uzura planificată a obiectelor” și anume legile introduse de Parlamentul European în privința combaterii acesteia. Astfel, cu cât mai rar va fi necesar să înlocuim produsele pe care le utilizăm, cu atât va scădea cantitatea de deșeuri generate. Conform datelor statistice publicate pe eurostat.eu (2024), fiecare european generează aproximativ 180 de kg de deșeuri provenite din ambalaje annual.

- *Energia regenerabilă* - energia care provine din surse regenerabile și, deseori, inepuizabile, cum ar fi solară, eoliană, hidrolică, geotermică, etc. Administrația Informațiilor Energetice (2021), prin estimările făcute ne informează de faptul că aproximativ 27% din consumul total de energie la nivel mondial până în 2050 va fi din surse regenerabile. Acest lucru va fi posibil, dacă începând de pe acum business-urile se vor conduce spre implementarea energiei verzi în toate domeniile de activitate și mai cu seamă în producere.

- *Transportul verde* - decizia de la transportul tradițional, care funcționează pe carburanți, înlocuirea acestuia cu: transport electric/hibrid, biciclete, trotinete, transport public sau chiar și mersul pe jos. Potrivit unui articol publicat de Comisia Europeană (2021) despre „Transporturile și Pactul verde european”, „în prezent, emisiile generate de sectorul transporturilor reprezintă aproximativ 25 % din totalul emisiilor de gaze cu efect de seră ale UE, acestea fiind în creștere în ultimii ani.” Schimbările date, în domeniul transportului, sunt primordiale, deoarece fiecare companie producătoare depinde de materia primă și de lanțurile sale de aprovizionare a acesteia.

- *Chimia verde* - adeseori aceasta mai este numită și chimia durabilă, „o ramură a chimiei care se ocupă cu proiectarea produselor sau proceselor chimice, care reduc sau total elimină generarea substanțelor nocive.”(United States Environmental Protection Agency, 2025)

Aplicarea în practică, chiar și a unuia din aceste principii conduce la îmbunătățirea și preservarea mediului înconjurător; la *avantaje economice* cum ar fi: creșterea competitivității și reducerea costurilor operaționale; și *beneficii sociale*, precum: îmbunătățirea calității vieții și crearea locurilor de muncă eco, în care angajații nu vor fi expuși riscurilor pentru sănătatea lor.

În prezent, companiile care au conștientizat impactul negativ al practicilor nesustenabile au adoptat deja strategii de producție sustenabilă și minimizare a deșeurilor, atât la nivelul companiei, cât și la scară globală. Vom face referire la câteva exemple relevante:

- **IKEA**: o companie multinațională producătoare de mobilă; și-a planificat ca până în 2030 să devină un business care lucrează doar pe principiul economiei circulare. Compania creează designuri pentru produsele sale astfel încât să poată fi refolosite, utilizează doar materiale reciclate în procesul de producție și adoptă practici inovative, cum ar fi programul IKEA, prin care magazinele cumpără înapoi mobilierul de la clienți care nu mai au nevoie de el, pentru a-l vinde ca produse „second-hand”. De asemenea, au introdus sistemul FY23, care permite clienților să achiziționeze doar componentele de care au nevoie, fără a mai cumpăra întregul set.

- **Unilever**: companie multinațională de producere a bunurilor de larg consum; planul de lungă durată a căreia este de a reduce emisiile de carbon din activitatea sa la 0 și de a elimina poluarea din cauza plasticului. În prezent, compania se bazează deja pe trei principii ale unei economii circulare: reducerea (utilizarea unei cantități mai mici de plastic), circulara (folosirea ambalajelor reciclabile, reutilizabile, ușor de descompus) și colaborarea (efortul colectiv de a elimina plasticul). De asemenea, se concentrează pe testarea soluțiilor mai ecologice, cum ar fi reumplerea ambalajului unui produs care deja s-a terminat.

- **Patagonia** - companie americană care produce haine și echipamente pentru activități în aer liber. Aceasta estimează că 10% din poluare se datorează industriei ușoare și comportamentului uman care urmează sistemul liniar „cumpără-folosește-aruncă-cumpără mai mult”. Brandul nu doar revinde produsele uzate și oferă servicii de reparare a hainelor, dar utilizează în producție doar poliester reciclat și bumbac produs organic de către ei înșiși.

- **Tesla**: este o companie americană producătoare de mașini electrice și surse de energii regenerabile. Fabricile acesteia și anume „Tesla’s Gigafactory” produc cel mai mare volum de motoare electrice și surse de stocare a energiei, partea pozitivă este că ele sunt construite în așa mod ca să lucreze pe baza energiei regenerabile, cum ar fi cea solară și cea eoliană.

CONCLUZII

Cu toate că performanța de mediu s-a îmbunătățit în ultimii ani, majoritatea companiilor nu au făcut încă schimbările de transformare necesare pentru a integra cu adevărat sustenabilitatea în modul în care își desfășoară activitatea, activitățile industriale continuând să genereze cantități mari de deșeuri și poluare, dăunând mediului. Astfel, trebuie să conștientizăm faptul că producția sustenabilă și grija pentru mediul înconjurător nu sunt doar concepte care, odată implementate, pot îmbunătăți reputația unei companii, ci reprezintă o strategie de afaceri, un avantaj competitiv și un stil de viață. Mai mult, prin adoptarea economiei circulare, utilizarea materiilor prime regenerabile și optimizarea sistemelor de reciclare și reutilizare a produselor, fiecare poate contribui la un viitor mai sănătos, mai curat și mai verde.

REFERINȚE:

1. Comisia Europeană. (2021). *Transporturile și Pactul verde european* https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/transport-and-green-deal_ro.
2. Eurostat. (2024). *Packaging waste statistics* https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Packaging_waste_statistics.
3. IKEA (2025). *Sustainability; Our circular agenda*. <https://www.ikea.com/global/en/our-business/sustainability/our-circular-agenda/>.
4. Parlamentul European. (2023). *Economia circulară: definiție, importanță și beneficii*. <https://www.europarl.europa.eu/topics/ro/article/20151201STO05603/economia-circulara-definitie-importanta-si-beneficii>.
5. Patagonia, Inc. (2025). *Hidden cost of clothes*. <https://www.patagonia.com/hidden-cost-of-clothes/>.
6. Tesla. (2025). *Gigafactory*. https://www.tesla.com/en_ie/giga-nevada.
7. U.S. Energy Information Administration. (2021). *International Energy Outlook 2021*. <https://www.eia.gov/outlooks/ieo/consumption/sub-topic-01.php>.
8. UNILEVER. (2025). *Sustainability; Plastics*. <https://www.unilever.com/sustainability/plastics/>.
9. United States Environmental Protection Agency. (2024). *Sustainable Manufacturing*. <https://www.epa.gov/sustainability/sustainable-manufacturing>.
10. United States Environmental Protection Agency. (2025). *Green Chemistry*. <https://www.epa.gov/greenchemistry>.

Coordonator științific: HĂBĂȘESCU Mariana, asist. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: habasescu.mariana.mihail@ase.md

THE PERSONAL AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF EMPLOYEES WITHIN Î.M. „EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY” S.A.

DEZVOLTAREA PERSONALĂ ȘI PROFESIONALĂ A ANGAJAȚILOR DIN CADRUL COMPANIEI Î.M. „EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY S.A.”

MANAF Ionela, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: manaf.ionela@ase.md

Abstract: *Efes Moldova has been recognized as the best employer in the country for the second consecutive year, reflecting the high level of employee satisfaction and engagement. This recognition highlights the company's commitment to the professional and personal development of its team through a strong organizational culture based on constructive feedback, trust, and transparency. By promoting its core values – passion, collaboration, and responsibility – Efes Moldova fosters a supportive work environment, providing growth opportunities and a distinctive professional experience. The company aims to become the employer of choice, ensuring optimal conditions for employees to feel valued and motivated to contribute to the organization's success.*

Key words: *Employer of choice, employee satisfaction, professional development, organizational culture, feedback, employee engagement.*

JEL CLASSIFICATION: M12, M14, M52, M53

INTRODUCERE

Într-un mediu de afaceri dinamic, dezvoltarea personală și profesională a angajaților este esențială pentru succesul organizațiilor. Investițiile în formare continuă contribuie la performanța companiei, satisfacția angajaților și dezvoltarea sustenabilă. În contextul transformărilor economice și tehnologice actuale, investiția în dezvoltarea capitalului uman devine o necesitate strategică pentru companiile care își propun să rămână competitive pe termen lung.

Această lucrare analizează percepțiile angajaților Î.M. „Efes Vitanta Moldova Brewery” S.A. privind oportunitățile de dezvoltare în cadrul companiei. Cercetarea, bazată pe un chestionar, explorează provocările și oportunitățile legate de training, mentorat și avansare în carieră.

Scopul studiului este de a evidenția importanța dezvoltării angajaților și impactul asupra eficienței organizaționale. Lucrarea își propune să evalueze satisfacția angajaților față de programele de formare existente, precum și să identifice principalele nevoi și așteptări legate de dezvoltarea profesională. De asemenea, cercetarea urmărește să ofere o imagine clară asupra percepțiilor angajaților privind oportunitățile de creștere în cadrul companiei.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Ce este dezvoltarea "personală" și cea "profesională"? În primul rând nu pot fi separate decât artificial, de exemplu, în scopuri didactice. În realitate, dezvoltarea personală și profesională sunt profund interconectate, fiind diferite fațete ale aceluiași efort de a progresa. Aceste aspecte ale vieții noastre se influențează reciproc și contribuie la o identitate completă și echilibrată. Toată lumea, indiferent de vârstă sau job, vrea să se îmbunătățească în viața personală și profesională. Există strategii eficiente pentru a dezvolta abilități și a îmbunătăți personalitatea, de la auto-reflecție la cursuri. E important ca aceste metode să fie aplicate cu atenție, ideal cu ajutorul unui consilier expert, care oferă suport și motivație pentru a atinge potențialul maxim (Stancu, 2023, p.4).

Dezvoltarea personală și profesională se susțin reciproc în procesul de creștere și evoluție a individului. Această dezvoltare personală se axează pe bunăstare, satisfacție emoțională și îmbunătățirea continuă a abilităților personale, în timp ce dezvoltarea profesională se concentrează pe avansarea în carieră, acumularea de expertiză și atingerea unor obiective profesionale specifice. Ambele dimensiuni sunt esențiale pentru succesul unei persoane, contribuind nu doar la îmbunătățirea calității vieții, ci și la crearea unor oportunități mai bune în mediul profesional. Astfel, o abordare integrată a dezvoltării personale și profesionale poate duce la realizări semnificative în viața fiecărei persoane (Stancu, 2023, p.2).

Dezvoltarea profesională este importantă deoarece are puterea de a deschide oportunități de avansare în carieră. Ajută la perfecționarea abilităților existente și învățarea altora noi. De asemenea, acest element contribuie la evidențierea personalității într-un grup de solicitanți, arătând că au fost finalizate programe de dezvoltare profesională sau certificări suplimentare incluse în CV, poate ajuta mult la vizibilitatea specialistului într-un domeniu. Angajații care dau dovadă de inițiativă în învățarea independentă pot semnaliza angajatorilor că sunt deschiși la experiențe noi și că sunt entuziasmați să crească în continuu (Parsons, 2025).

Un articol din Business News Daily sugerează că firmele ar trebui să ofere oportunități de dezvoltare profesională angajaților pentru a reduce fluctuația. Aceasta poate crește încrederea angajaților în munca lor, ceea ce duce la o satisfacție mai mare, performanță și productivitate. Investiția în programe de formare profesională le arată angajaților că firma se preocupă de succesul lor și vrea să le sprijine avansarea (Thompson, 2021).

Obiectivele de dezvoltare personală pot influența viața personală și profesională. Aceasta menține motivația și oferă scopuri de atins. Ajută la descoperirea abilităților și a talentelor ascunse, oferind oportunitatea de a excela într-un domeniu sau de a îmbunătăți aspectele slabe.

Obiectivele comune de dezvoltare personală includ:

Nu mai amâna; Organizează-te; Să devenim mai proactivi; Gestionăți mai bine nivelul de stres; Fii mai rezistent; Fii mai atent / prezent în moment; Îmbunătățește voința; Practicați recunoștința; Renunțați la obiceiurile proaste;... (Stephens, 2022).

Dezvoltarea profesională a angajaților este esențială, oferind oportunități de formare pentru îmbunătățirea competențelor. Investiția în talentul intern contribuie semnificativ la succesul organizației. Alocând resurse pentru programe de formare individuale și de grup, se facilitează învățarea continuă prin acces la resurse online, inclusiv webinarii, coaching și cursuri de eLearning (Thompson, 2021).

În 2003, Efes Vitanta Moldova Brewery S.A. (în continuare EVMB, Efes Moldova) devine entitate fiică a Efes Breweries Internațional, parte a Grupului Anadolu Efes. În urma încorporării a Efes Moldova în Grupul Anadolu Efes, în perioada anilor 2003-2019 s-au suportat investiții semnificative, de cca 171,5 mil. USD în scopul procurării echipamentului necesar desfășurării activității, dar și pentru promovarea produselor atât pe piața locală cât și pe cea internațională.

La Î.M. „Efes Vitanta Moldova Brewery” S.A., activează circa 350 de angajați, prin urmare, aproximativ **20.29%** dintre persoanele din companie au răspuns la chestionar.

Fiindcă a crește pe plan personal este la fel de important precum a crește pe plan profesional, Efes Moldova oferă diferite perspective și oportunități angajaților săi. Echipa de resurse umane se ocupă, la sfârșitul fiecărui an, de elaborarea unui grafic de training-uri pentru fiecare departament al companiei. Instruirea rămâne o parte integrantă a misiunii Efes Vitanta Moldova Brewery, iar în anul 2024 au fost petrecute 8.688 de ore de formare, ceea ce reprezintă o medie de 24 de ore per angajat.

Pentru a analiza percepțiile angajaților de la Î.M. „Efes Vitanta Moldova Brewery” S.A. privind dezvoltarea personală și profesională, a fost realizat un sondaj online prin Google Forms. Cercetarea a avut loc în martie 2025 și a implicat participarea a 71 de angajați din cadrul întreprinderii.

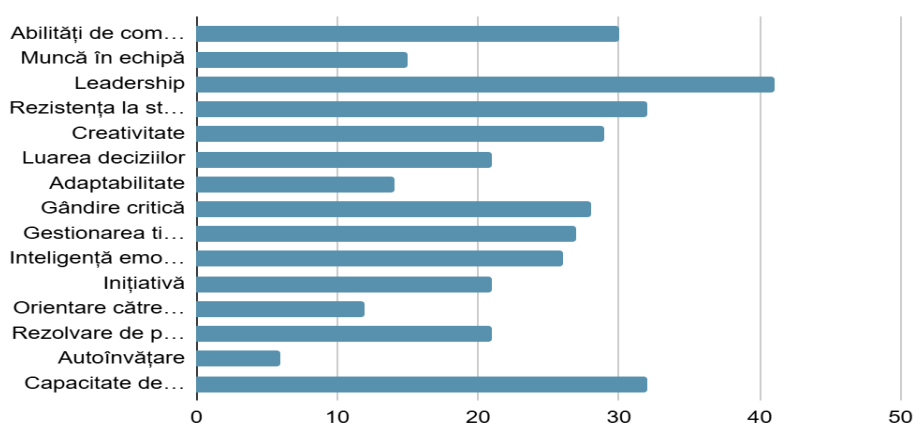


Figura 1. Ce calități personale și profesionale doriți să vă dezvoltați/perfecționați în viitor? (selectați câte 5 variante)

Sursa: Realizată de autor pe baza rezultatelor sondajului

Analiza a top 5 calități personale și profesionale pe care angajații doresc să le dezvolte evidențiază un interes major pentru: **Leadership (41 voturi)**, urmat de **Capacitatea de analiză/Rezistența la stres (32 voturi)**, **Abilitățile de comunicare (30 voturi)** și **Creativitatea (29 voturi)**. Aceste rezultate indică o dorință puternică de a-și îmbunătăți abilitățile de conducere, gestionarea stresului și competențele analitice și de comunicare.

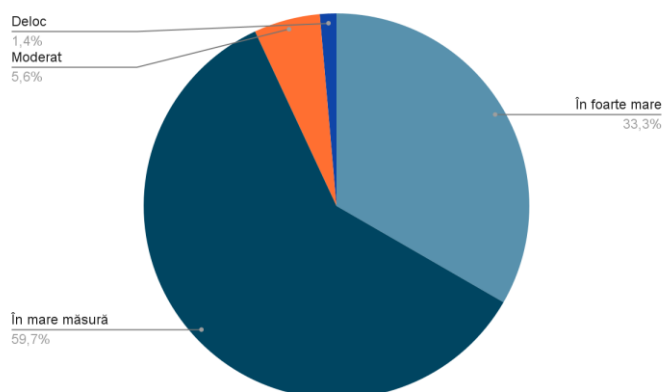


Figura 2. Considerați că aveți oportunități adecvate pentru dezvoltarea abilităților personale la locul de muncă ?

Sursa: Realizată de autor pe baza rezultatelor sondajului

Analiza percepțiilor angajaților arată că **59,7%** sunt **în mare măsură de acord**, **33,3%** sunt **în foarte mare măsură de acord**, iar **5,6%** au o opinie **moderată**. Aceste rezultate indică o tendință generală de acord sau satisfacție în rândul majorității respondenților.

Analiza forței de muncă evidențiază o echipă stabilă și experimentată, cu 51% dintre angajați având peste 6 ani de experiență și 80% având vârste cuprinse între 25 și 45 de ani. Mediul de lucru este evaluat favorabil, iar 56% dintre angajați se simt apreciați. În plus, 65% dintre respondenți își exprimă satisfacția față de programele de formare profesională.

Preferințele pentru dezvoltarea profesională se concentrează pe metode practice, cum ar fi atelierele externe 75,8%, formările interne 66,1% și coaching-ul/mentoratul 57,7%, accesul la mentorat fiind disponibil pentru o majoritate 54% într-o mare măsură, 22% moderat.

Cu toate acestea, există și aspecte care necesită atenție. Deși majoritatea 47% percepe oportunități de avansare, o proporție semnificativă 21% are o opinie neutră, indicând necesitatea unei comunicări mai clare.

De asemenea, în timp ce 51% dintre respondenți consideră resursele pentru gestionarea stresului utile, 22% au o opinie moderată, sugerând posibile îmbunătățiri în ceea ce privește accesibilitatea și eficiența acestora.

În ceea ce privește relevanța programelor de formare continuă, 13% au o opinie moderată, ceea ce ar putea indica necesitatea unor ajustări în conținut sau metodologie pentru a răspunde mai bine așteptărilor angajaților și dinamicii pieței muncii.

CONCLUZII

Analizând răspunsurile la chestionarul administrat angajaților de la Î.M. „Efes Vitanta Moldova Brewery” S.A., se conturează o imagine clară a percepțiilor referitoare la dezvoltarea profesională în cadrul companiei.

Majoritatea angajaților apreciază mediul de lucru, în special suportul pentru atingerea obiectivelor, inovația și recunoașterea contribuțiilor personale. Satisfacția față de programele de formare este mare, dar există și unele rezerve din partea unor respondenți.

Rezultatele indică, de asemenea, domenii ce necesită îmbunătățiri. Deși mulți identifică oportunități de avansare, claritatea și transparența acestora pot fi optimizate. În plus, feedback-ul oferit de superiori este valoros, însă atât calitatea, cât și frecvența acestuia pot fi îmbunătățite.

Angajații exprimă o preferință pentru workshop-uri externe și pentru traininguri interne, orientate spre învățare practică. De asemenea, mentoratul și coachingul sunt disponibile, însă pot fi extinse și organizate mai eficient pentru a răspunde nevoilor angajaților, contribuind astfel la dezvoltarea continuă a competențelor.

Percepția generală este că organizația furnizează un mediu de lucru în care angajații se simt, în linii mari, apreciați și susținuți în dezvoltarea lor profesională. Această atmosferă pozitivă contribuie la creșterea satisfacției și a motivației în rândul angajaților. Cu toate acestea, există oportunități concrete de a întări și mai mult aceste aspecte prin clarificarea oportunităților de carieră disponibile, îmbunătățirea procesului de feedback, care să fie nu doar periodic, ci și constructiv, și diversificarea resurselor de dezvoltare, având în vedere preferințele și nevoile variate ale angajaților. Această abordare ar putea contribui semnificativ la crearea unui mediu de lucru și mai stimulat, în care fiecare angajat să se simtă valorizat și încurajat să își atingă potențialul maxim.

REFERINȚE:

1. Î.M. Efes Vitanta Moldova Brewery S.A. (2025). <https://efesmoldova.md>
2. Meyer, T. (2023, October 19). *Cum să încurajați angajații să urmeze dezvoltarea profesională*. Business News Daily. <https://www.businessnewsdaily.com/10092-encourage-professional-development.html>
3. Parsons, L. (2025). *Why is Professional Development Important? Professional & Executive Development*. <https://professional.dce.harvard.edu/blog/why-is-professional-development-important/#Benefits-of-Professional-Development-for-Employees>
4. Raportul Conducerii 2023, Î.M. Efes Vitanta Moldova Brewery S.A.. (2023): www.Raportul-Conducerii-2023-Efes-Moldova
5. Stancu, D. (2023). *Dezvoltare Personală și Profesională*. <https://biblioteca.utcluj.ro/files/carti-online-cu-coperta/661-6.pdf>
6. Stephens, A. (2022). *Why Both Personal and Professional Development Are Important*. Peoplesense. <https://www.peoplesense.com.au/news/article/07072022-239/why-both-personal-and-professional-development-are-important>
7. Thompson, M. (2021). *Ghid de dezvoltare personală și profesională*. <https://wethrive.net/guides/personal-professional-development-guide/>

Coordonator științific: Angela SOLCAN, conf. univ., dr.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: ansolcan@ase.md

EFFECTIVE STRATEGIES FOR EMPLOYEE MOTIVATION

STRATEGII EFICIENTE DE MOTIVARE A ANGAJAȚILOR

NIȚÎ Maria, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: niti.maria@ase.md

Abstract: In the current context, marked by globalization and digitalization, employee motivation is crucial for organizational success and competitiveness. This research aims to identify effective motivational strategies and best practices applicable in organizations to enhance employee satisfaction and productivity. The study was conducted through a theoretical analysis of the primary motivation theories and a practical investigation within a real estate company in the Republic of Moldova. Methodologically, a structured questionnaire survey was employed, distributed electronically, ensuring respondent anonymity. The sample included 20 employees from various hierarchical levels and departments. Data were analyzed quantitatively, using descriptive statistics, and qualitatively through thematic interpretation. Results revealed that 85% of respondents consider financial benefits, such as salary and bonuses, essential motivational factors. Extra-salary benefits are viewed as very important by 60% of participants. Performance recognition occurs frequently according to 60% of respondents, and 70% confirmed the existence of professional development opportunities within the company. Employees under 40 years old clearly prioritize work-life balance. The conclusions highlight the importance of continuously adapting motivational strategies, recommending organizations implement clear financial policies, promote performance recognition, invest in professional training, facilitate work-life balance, and develop transformational leadership. By applying these recommendations, organizations can optimize employee motivation and strengthen their competitiveness.

Key words: Employee motivation; organization; motivation strategies; financial and non-financial incentives; transformational leadership

JEL CLASSIFICATION: M 12, M 14, M 52, M 53, M54

INTRODUCERE

În contextul actual al secolului XXI, economia devine tot mai competitivă, ceea ce face ca motivarea angajaților să fie un factor-cheie în succesul și sustenabilitatea unei organizații. Un colectiv bine motivat are un impact pozitiv asupra performanței generale, contribuie la creșterea productivității, reduce rata fluctuației de personal și sprijină dezvoltarea unei culturi organizaționale echilibrate (Ilciuc, 2017).

Piața muncii este caracterizată de transformări rapide, influențate de globalizare și digitalizare, ceea ce determină angajatorii să identifice și să implementeze strategii eficiente pentru atragerea și reținerea talentelor. Totodată, noile generații de angajați acordă o importanță deosebită unor aspecte precum echilibrul dintre viața profesională și cea personală, recunoașterea performanței și oportunitățile de dezvoltare profesională, impunând astfel o adaptare continuă a politicilor de motivare (Razak, 2022).

În acest context, analiza strategiilor de motivare a angajaților nu este doar o temă de interes teoretic, ci și o necesitate practică pentru orice organizație care dorește să evolueze și să își mențină avantajul competitiv.

Scopul acestei cercetări este de a examina strategiile eficiente de motivare a angajaților și de a identifica cele mai bune practici care pot fi aplicate în organizații pentru a spori satisfacția și productivitatea acestora.

Principalele obiective ale cercetării includ:

1. Evaluarea teoriilor fundamentale ale motivării și aplicabilitatea acestora în mediul organizațional contemporan.

2. Identificarea principalilor factori care influențează motivarea angajaților, atât din perspectiva beneficiilor financiare, cât și a celor non-financiare.

3. Analiza impactului culturii organizaționale și al leadership-ului asupra nivelului de motivare a personalului.

4. Studierea unui caz concret al unei companii care implementează cu succes strategii eficiente de motivare.

5. Propunerea unor recomandări practice pentru îmbunătățirea strategiilor de motivare la nivel organizațional.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Studierea motivării angajaților reprezintă un subiect de interes major în domeniul managementului resurselor umane, având un impact direct asupra performanței organizaționale (Bîrcă, 2018). Literatura de specialitate cuprinde multiple teorii, modele conceptuale și studii empirice care analizează factorii determinanți ai motivării și impactul acestora asupra angajaților (Chiper, 2024).

Motivarea angajaților este definită drept procesul prin care managementul influențează comportamentul și atitudinea personalului pentru a atinge obiectivele organizaționale. Aceasta este formată din două componente esențiale: motivația intrinsecă, care derivă din satisfacția muncii, și motivația extrinsecă, influențată de factori materiali sau recunoaștere socială. Studiile indică faptul că organizațiile care investesc în motivarea angajaților obțin o reducere a fluctuației de personal și o creștere a eficienței (Robbins, 2019).

Printre cele mai influente teorii ale motivării se numără:

- Teoria ierarhiei nevoilor lui Maslow, care identifică cinci niveluri de nevoi: fiziologice, de securitate, apartenență, stimă și auto-actualizare (Bear, 2022).
- Teoria celor doi factori, care distinge factorii de igienă (condițiile de muncă, salariul) de factorii motivatori (realizarea, recunoașterea, responsabilitatea) (Ihensekien, 2023).
- Teoria expectanței, care subliniază importanța așteptărilor și a percepțiilor angajaților față de recompensele muncii (Bear, 2022).
- Teoria echității care evidențiază modul în care percepția echității influențează motivația angajaților (Popa, 2022).
- Teoria autodeterminării, care subliniază importanța autonomiei, competenței și relațiilor interpersonale în motivarea angajaților (Popa, 2022).

Studiile recente evidențiază o combinație de factori financiari și non-financiari care influențează motivația angajaților:

- Factorii financiari includ salariul, bonusurile și beneficiile extra-salariale, fiind printre cei mai importanți stimuli (Razak, 2022).
- Factorii non-financiari includ recunoașterea performanței, dezvoltarea profesională, echilibrul muncă-viață și cultura organizațională (Bear, 2022).
- Impactul leadership-ului este crucial în menținerea motivației angajaților. Leadership-ul transformativ este asociat cu o satisfacție și un angajament mai ridicat din partea angajaților (Mislán, 2024).

Literatura evidențiază mai multe strategii eficiente de motivare, grupate în două categorii principale:

- Strategii financiare: salarii competitive și creșteri salariale regulate; bonusuri bazate pe performanță; beneficii extra-salariale, cum ar fi asigurări medicale și flexibilitate;
- Strategii non-financiare: recunoașterea performanței prin laude publice sau premii simbolice oportunități de dezvoltare profesională, prin traininguri și mentorat, crearea unui mediu de lucru pozitiv și promovarea unui echilibru muncă-viață (Tochukwu, 2023).

Pentru partea practică a cercetării, am utilizat metoda sondajului prin intermediul unui chestionar structurat, aplicat angajaților din cadrul companiei imobiliare City Group din Republica Mol-

dova. Compania a fost fondată în 2019 și este dedicată oferirii unei tranzacții sigure și de succes. Echipa este formată de 24 de specialiști. În studiu au participat 20 de persoane. Scopul principal al chestionarului a fost evaluarea nivelului de satisfacție al angajaților în legătură cu strategiile actuale de motivare implementate de companie. Chestionarul a inclus atât întrebări de tip închis, cu variante de răspuns, cât și întrebări de tip deschis, pentru evaluarea opiniilor angajaților. Sondajul a fost distribuit electronic prin e-mail și platforme interne de comunicare, asigurând astfel anonimatul participanților și confidențialitatea răspunsurilor. Eșantionul cercetării a inclus angajați din diverse departamente și niveluri ierarhice, inclusiv manageri, pentru a obține o perspectivă complexă și reprezentativă asupra gradului de motivare și satisfacție în companie.

Tabelul 1. Aspecte care motivează cel mai mult în activitatea angajaților

Aspectul	Numărul de participanți	Procentaj
Recompense financiare (salariu, bonusuri, prime)	20	100%
Recunoașterea și aprecierea superiorilor	15	75%
Stabilitatea locului de muncă	16	80%
Oportunitățile de avansare și dezvoltare profesională	12	60%
Autonomia în luarea deciziilor	8	40%
Climatul de muncă plăcut și relațiile cu colegii	13	65%

Sursa: elaborată de autor

Datele colectate au fost ulterior analizate cantitativ, folosind metode statistice descriptive, și calitativ, prin interpretarea tematică a răspunsurilor deschise, pentru a identifica factorii-cheie care influențează satisfacția și motivarea angajaților. Datele au fost sintetizate sub formă de procente și frecvențe sistematizate în tabele și figuri. Am obținut un eșantion de 20 de angajați ai companiei, cu vârsta cuprinsă între 20 și 60 de ani, care au o vechime în muncă între 1 și 6 ani. Toți participanții au răspuns complet la toate întrebările chestionarului, ceea ce constituie o completare de 100%. Conform tabelului 1, putem menționa că toți angajații- 100% au considerat recompensele financiare drept elemente esențiale ale motivației lor. Recunoașterea și aprecierea superiorilor a fost apreciată de 15 din 20 de participanți, ceea ce constituie 75%. Stabilitatea locului de muncă a fost apreciată de 16 din 20 de participanți, ceea ce constituie 80%. Oportunitățile de avansare și dezvoltare profesională au fost apreciate de 12 din 20 de participanți, ceea ce constituie 60%. Autonomia în luarea deciziilor a fost apreciată de 8 din 20 de participanți, ceea ce constituie 40%. Climatul de muncă plăcut și relațiile cu colegii a fost apreciată de 13 din 20 de participanți, ceea ce constituie 65%.

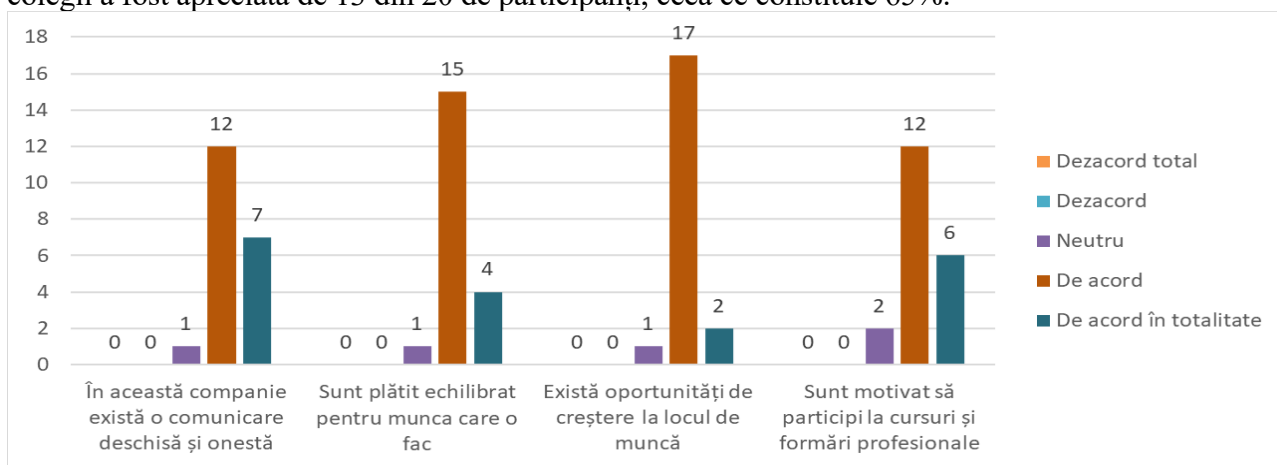


Figura 1. Nivelul de satisfacție a angajaților după mai multe aspecte.

Sursa: elaborată de autor

Datele reprezentate în figura 1, ne demonstrează nivelul de satisfacție a angajaților după mai multe aspecte. Astfel, din 20 participanți 12 au fost de acord iar alți 7 au menționat de acord în tota-

litate pentru o comunicare deschisă și onestă în companie; 15 persoane au înregistrat acord iar alți 4 acord total pentru salarii echilibrate; 17 persoane au menționat acord și alte 2 acord totu pentru oportunități de creștere; iar o persoană a marcat răspunsul neutru pentru aceste întrebări. Din 20 participanți, au fost motivați să participe la cursuri și formări 12 persoane, alte 6 au dat acord total, iar alte 2 persoane au răspuns neutru.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Cercetarea a arătat că motivarea angajaților este esențială pentru succesul organizațiilor în contextul globalizării și digitalizării. Teoriile de motivare trebuie adaptate cerințelor angajaților moderni, care pun accent pe echilibrul muncă-viață și dezvoltarea profesională. Studiul realizat într-o companie confirmă că strategiile financiare (salarii competitive, bonusuri, beneficii) sunt esențiale pentru satisfacția angajaților. De asemenea, recunoașterea performanței și implicarea leadership-ului în dezvoltarea angajaților sunt importante. Se recomandă continuarea politicilor financiare atractive, consolidarea culturii organizaționale, investirea în formare profesională și încurajarea unui mediu flexibil. Un leadership transformativ este esențial pentru motivarea angajaților și îmbunătățirea performanței.

REFERINȚE:

1. Bear, R., Choate, P. W., & Lindstrom, G. (2022). Reconsidering Maslow and the hierarchy of needs from a first nations' perspective. *Aotearoa New Zealand Social Work Review*, 34(2), 30–41. <https://anzswjournal.nz/anzsw/article/view/959>
2. Bircă, A. (2018) Motivarea – element prioritar pentru menținerea personalului în cadrul organizațiilor din Republica Moldova. *Creșterea economică în condițiile globalizării*. 13 (2), 225-231.
3. Chiper, C. (2024) Strategii de motivare a angajaților în organizațiile din Republica Moldova: practici și provocări manageriale. *Marketingul și logistica în era digitală*. 41-45.
4. Ihensekien, O. A., & Joel, A. C. (2023). Abraham Maslow's hierarchy of needs and Frederick Herzberg's two-factor motivation theories: Implications for organizational performance. *Romanian Economic Journal*, XXVI(85), 31–48. <https://doi.org/10.24818/REJ/2023/85/04>
5. Ilciuc, C. (2017) Analiza influenței manageriale asupra motivației personalului în organizațiile din Republica Moldova. *Revista Economica*. 2 (100). 62- 67.
6. Mislán, S., et al. (2024) The Impact of Leadership Style, Employee Motivation, and Organizational Culture on Job Performance of Start-Up Employee. *International Journal of Business Law and Education*. https://www.researchgate.net/publication/382023482_The_Impact_of_Leadership_Style_Employee_Motivation_and_Organizational_Culture_on_Job_Performance_of_Start-Up_Employee
7. Popa, E., & Mazniuc, V. (2022). Motivarea angajaților la locul de muncă". https://alaturidevoi.ro/wp-content/uploads/2022/01/Ghid_Motivarea-angajatilor-la-locul-de-munca.pdf?utm_source=chatgpt.com
8. Razak, A., et al. (2022). The influence of leadership style and organizational structure on employee performance with work motivation as an intervening variable. *International Journal of Educational Organization & Leadership*, 29(1), 103–117. <https://doi.org/10.18848/2329-1656/CGP/v29i01/103-117>
9. Robbins, S. P., & Judge, T. A., (2019). *Organizational Behavior*. Pearson Education.
10. Tochukwu, C., N., et al, (2023). Effect of financial motivation as a tool for increasing employee efficiency: a study of larfage cement company EWEKORO. *Corporate Sustainable Management Journal*

Coordonator științific: SOLCAN Angela, conf. univ., dr.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: rectorat@ase.md

DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN REPUBLIC OF MOLDOVA

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

OVCEARENCO Elena, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: ovcearenco.elena@ase.md

Abstract: Corporate social responsibility is a concept in which companies consider not only their financial interests but also the impact of their activities on society and the environment. In recent years, this topic has become particularly relevant, as businesses increasingly face the need to make decisions that align with not only economic but also ethical and environmental standards. The implementation of corporate social responsibility principles covers various aspects such as respecting workers' rights, supporting local communities, environmental sustainability, and ethical business practices. Applying these principles helps companies not only improve their reputation but also reduce risks, increase customer loyalty, and attract investors, which contributes to long-term stability and business growth.

Keywords: ecology, business, environmental responsibility, improvement, environmental sustainability.

JEL CLASSIFICATION: M14, Q56

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире экологические проблемы, такие как изменение климата, загрязнение и истощение ресурсов, становятся необходимыми вызовами для человечества. Промышленность, нерациональное использование ресурсов и урбанизация вызывают глобальные изменения, влияющие на качество жизни и экосистемы. Предприятия сталкиваются с трудностями выбора между экономической эффективностью и ответственностью: внедрение экологически чистых технологий требует затрат, но игнорирование норм ведет к штрафам и утрате репутации. **Важность** заключается в поиске баланса между рентабельностью и устойчивым развитием. **Цель исследования** – определить понятие экологически ответственного бизнеса, провести сравнительный анализ индекса экологической активности Молдовы и европейских стран, а также оценить эффективность экологически ответственных практик на молдавских предприятиях. **Задачи** включают анализ концепции экологически ответственного бизнеса, исследование динамики индекса экологической активности, оценку влияния устойчивых практик на предприятия, выявление проблем их внедрения и разработку рекомендаций по повышению экологической ответственности бизнеса в Молдове.

ПОНЯТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БИЗНЕСА

В последние десятилетия экологическая ситуация на планете претерпела значительные изменения, что обусловлено усиливающимся воздействием человеческой деятельности на окружающую среду. Загрязнение воды, воздуха, почвы, изменение климата, вырубка лесов и массовое истощение природных ресурсов стали проблемами глобального масштаба, затрагивающими не только экосистемы, но и здоровье людей, устойчивость природных процессов и благосостояние будущих поколений. (Zsolnai, 2022).

Экология, как наука о взаимодействии живых организмов и их среды обитания, всегда была важной частью нашей жизни. Однако в последние годы ее значение выросло, так как экологические проблемы стали угрожать самому существованию человечества. С каждым

годом увеличивается осознание того, что земные ресурсы не бесконечны, и наша деятельность имеет далеко идущие последствия для природы. (McGregor, 2003; Tan, 1998)

Все это требует поиска путей сохранения экосистем и устойчивого развития, где ключевую роль играет экологическая ответственность каждого. **Методы исследования**, используемые в работе: анализ и сравнение.

Экологическая устойчивость бизнеса - способность бизнеса функционировать эффективно и приносить прибыль, не нанося вред окружающей среде и обеспечивая устойчивое использование ресурсов для будущих поколений. Ключевыми аспектами экологической устойчивости являются:

1. Снижение влияния на окружающую среду. Минимизация выбросов, сокращение потребления ресурсов, использование возобновляемых источников энергии.
2. Сохранение биоразнообразия. Поддержка биоразнообразия, защита лесов, устойчивое рыболовство, сокращение загрязнения воды и почвы.
3. Ответственное потребление. Использование переработанных материалов, упаковка из экологически чистых материалов, рециклинг и утилизация отходов.
4. Социальная ответственность. Справедливая заработная плата сотрудникам, поддержка местных сообществ, соблюдение трудовых прав.
5. Прозрачность. Открытая информация о влиянии бизнеса на окружающую среду и социальные процессы. (Что такое экологическая устойчивость бизнеса, n.d).

Индекс экологической эффективности (Environmental Performance Index, EPI) стал важным инструментом для оценки экологической устойчивости и эффективности стран на международной арене. Разработанный экспертами Йельского и Колумбийского университетов при поддержке Всемирного экономического форума, этот индекс отражает достижения стран в сфере охраны окружающей среды и устойчивого использования природных ресурсов. Основными критериями для расчета EPI являются два направления: состояние экосистем и уровень экологического здоровья. По состоянию на 2022 год были получены следующие результаты. (Environmental Performance Index 2022, n.d.). Самый большой рейтинг, который составил 77.9 баллов, был получен Данией. Данная страна сохраняется на лидирующем месте уже на протяжении нескольких лет. На втором месте расположилась Великобритания (77.7 баллов), на третьем месте – Финляндия (77.6 баллов). Большинство стран, входящих в ТОП 20, являются представителями Европейских стран.

Результаты исследования. За последние десять лет Республика Молдова достигла значительных успехов в повышении своего индекса экологической эффективности, стремясь соответствовать международным экологическим стандартам и принципам устойчивого развития. Этот прогресс проявляется в активном внедрении экологических инноваций и технологий, ориентированных на защиту природных ресурсов и снижение уровня загрязнений. Страна акцентирует внимание на улучшении управления отходами, водными ресурсами и повышении энергетической эффективности, что позволило уменьшить выбросы парниковых газов и увеличить объем переработки и утилизации отходов.

Таблица. Рейтинг экологической эффективности Республики Молдова

Год	Коэффициент	№ места в мире
2022	42,7	84
2020	44,4	87
2018	51,97	112
2016	76,96	55
2014	69	74

Источник: Выполнено автором на основе информации (Environmental Performance Index 2022, n.d.)

По состоянию на 2022 год Молдова занимает 84-е место в мировом рейтинге по индексу экологической эффективности и 4-е место среди стран постсоветского пространства. Молдавские компании активно реализуют экологические инициативы для соответствия европейским стандартам. Основные направления включают повышение энергоэффективности, управление водными ресурсами и переход на возобновляемые источники энергии. Например, винодельни сотрудничают с международными организациями для получения сертификатов устойчивого развития, а энергетический сектор увеличивает переработку воды и снижает выбросы углекислого газа. Эти усилия помогают бизнесу не только соблюдать экологические стандарты, но и открывают новые возможности на рынках и для получения финансирования.

Ежегодно все больше и больше молдавских компаний становятся на путь ведения экологически ответственного бизнеса. Они доказывают, что внедрение в экологическую сферу не приносит убытки, а наоборот позволяют экономить в дальнейшем в процессе производства. «EFES Vitanta Moldova Brewery» S.A. — ведущий производитель пива в Молдове, занимающий более 70 % национального рынка (Reciclăm, economisim, avem grijă. Cu adevărat, n.d.). Компания выбрала путь экологических инноваций, который продолжает следовать до сих пор. Она активно поддерживает принципы экологической ответственности и ежегодно публикует отчеты, в которых отражаются достижения в снижении потребления воды, экономии энергии и сокращении выбросов углекислого газа. В 2023 году в своем отчетности компания указала на экономию 9 370 м³ воды в год и 146 645 кВт/ч электроэнергии. В 2023 году на заводе «EFES Vitanta» был установлен воздушный шар диаметром 6,8 метра и объемом 210 кубических метров, ставший инновацией для компании и молдавского рынка. Проект направлен на переработку биогаза, полученного на очистных сооружениях, с его последующим использованием на ТЭЦ, где он смешивается с природным газом. Инвестиции составили 200 000 евро, что позволяет экономить около 135 000 куб. м природного газа в год, что эквивалентно потреблению примерно 420 квартир. (8. 5+ местных компаний и инициатив, n.d.).

Следующим успешным примером устойчивого развития компании является «Kaufland Moldova» SRL. Стратегия заботы об окружающей среде включает в себя пять направлений работы: сокращение количества упаковочного пластика, пересмотр дизайна упаковки, переработка и полный отказ от пластика, инновации и просвещение в области экологии. В Молдове Kaufland стала первой компанией, которая запустила программу по сбору пластиковых и стеклянных бутылок, а также алюминиевых банок. Для этого в магазинах были установлены специальные фандоматы самообслуживания. Эти устройства принимают три типа упаковки: пластиковые ёмкости (ПЭТ) объёмом до трех литров, стеклянные бутылки и алюминиевые банки объёмом до одного литра. За каждые 5 переработанных упаковок, вне зависимости от их типа, автомат выдаёт дисконтный ваучер на товары, которые участвуют в текущих промо-акциях. (Политика в области качества и экологии, n.d.).

Молдавский Металлургический Завод (MMZ) продолжает устойчиво лидировать в области экологии, инвестируя значительные средства в современные технологии и проекты по снижению экологического воздействия. С момента запуска долгосрочной экологической программы в 2019 году, сумма инвестиций в которую превышает 30 миллионов долларов, MMZ подтвердил статус лидера в области охраны окружающей среды. Основные проекты программы направлены на защиту атмосферного воздуха, водных ресурсов, земель и благоустройство территории. Завод активно инвестирует в современные технологии, которые способствуют снижению выбросов и соблюдению экологических стандартов. В рамках модернизации MMZ внедряет экологически чистую технику. На заводе уже используются четыре электромобиля, включая пассажирский и грузовой микроавтобусы. В 2022 году приобретены два мобильных и один стационарный электроперегрузатель, что подтверждает приверженность компании "зеленому" развитию. (Политика в области качества и экологии, n.d.).

Экологически ответственный бизнес приносит множество преимуществ, включая улучшение репутации, снижение расходов и доступ к новым рынкам. Он стимулирует инновации, привлекает талантливых сотрудников и снижает риски, связанные с экологическими нормами и законодательством. Такие компании получают конкурентное преимущество, открывают возможности для финансирования и вносят положительный вклад в общество, обеспечивая устойчивое будущее.

ВЫВОДЫ

Успешные международные компании, такие как Patagonia, Starbucks, Tesla и другие доказывают эффективность подхода, основанного на экологической и социальной ответственности. Эти компании демонстрируют, как устойчивые технологии и забота о социальной интеграции не только способствуют экологической устойчивости, но и становятся основой для финансового успеха. В результате исследования определено понятие экологически ответственного бизнеса, проведен сравнительный анализ индекса экологической активности, были рассмотрены примеры внедрения экологических инициатив в бизнес. Ведение экологически ответственного бизнеса в Молдове представляет собой не только вызов, но и значительные возможности для местных компаний. Несмотря на начальные инвестиции в экологические технологии и соблюдение экологических стандартов, такие меры могут привести к значительной экономии ресурсов, снижению затрат на энергопотребление и улучшению репутации компании как ответственного игрока на рынке.

Кроме того, применение экологически чистых технологий открывает новые рынки и привлекает дополнительное финансирование, а также способствует росту потребительского интереса, особенно среди аудитории, ориентированной на устойчивое развитие и экологическую ответственность. Это позволяет компаниям расширять свою аудиторию, повышать лояльность клиентов и увеличивать прибыль. В конечном итоге, экологическая ответственность становится прибыльной стратегией, которая не только обеспечивает долгосрочные выгоды для бизнеса, но и помогает сочетать экономическую эффективность с соблюдением экологических норм и социальных стандартов.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Activitățile Efes Moldova în vederea tranziției sale spre o producere verde și reducerea la zero a emisiilor de carbon către 2030 continuă. <https://www.facebook.com/share/p/18GBLrnq4M/>.
2. Environmental Performance Index 2022. <https://nonews.co/wp-content/uploads/2022/06/epi2022.pdf>.
3. McGregor, & Ian M. (2003). *An Ecologically Sustainable Business Sector Within An Ecologically Sustainable Society*.
4. Raportul Conducerii 2023 Efes Moldova (2024). <https://efesmoldova.md/wp-content/uploads/2024/06/Raportul-Conducerii-2023-Efes-Moldova.pdf>.
5. Reciclăm, economisim, avem grijă. Cu adevărat. (n.d.) <https://efesmoldova.md/despre-noi/>.
6. Tan, S.(1998). *Ecological Perspectives In Entrepreneurship: Science And Sustainability*.
7. Zsolnai, L. (2002): Green Business Or Community Economy. *International Journal of Social Economics*, 29, 652-662.
8. 5+ местных компаний и инициатив, поддерживающих бережное отношение к Планете (2025). <https://locals.md/2020/save-planet-moldova/>.
9. Политика в области качества и экологии.(n.d). <https://www.aommz.com/ru/quality..>
10. Что такое экологическая устойчивость бизнеса. <https://platrum.ru/blog/chto-takoe-jekologicheskaja-ustojchivost-biznesa>.

Coordonator științific: DOROGAIA Irina, dr. hab, conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: dorogaia.irina.ion@ase.md

RISK MANAGEMENT IN THE SALES PROCESS AT “BICOMPLEX-CONSTRUCT” SRL

MANAGEMENTUL RISCURILOR ÎN PROCESUL DE VÂNZĂRI ÎN COMPANIA “BICOMPLEX-CONSTRUCT” SRL

OXANI Anastasia, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: oxani.anastasia@ase.md

Abstract: *In today's rapidly changing environment, businesses face increasing challenges due to economic fluctuations, market competition, and operational risks. Effective risk management in sales has become a crucial aspect for companies striving to maintain stability and growth. Identifying potential risks, implementing preventive strategies, and leveraging digital tools for monitoring and decision-making are key factors in ensuring business continuity. Companies that integrate risk management into their sales processes can optimize efficiency, reduce financial losses, and strengthen their market position, ultimately achieving long-term success. This paper is intended for the analysis of internal risks within the company “Bicomplex Construct.”*

Keywords: *risks, construction, prices, sales, competition, customers.*

JEL CLASSIFICATION: D81, M31, L74, G32

INTRODUCERE

Într-un mediu economic tot mai dinamic și competitiv, companiile din domeniul construcțiilor trebuie să adopte strategii eficiente pentru a gestiona riscurile interne asociate procesului de vânzări. Bicomplex-Construct SRL, o companie specializată în producția și comercializarea materialelor de construcție, se confruntă cu numeroase provocări specifice sectorului, de la fluctuațiile prețurilor materiilor prime până la optimizarea logisticii și concurența.

Managementul riscurilor în vânzări joacă un rol crucial în asigurarea stabilității financiare și în menținerea unui avantaj competitiv. Identificarea și evaluarea corectă a riscurilor, alături de implementarea unor soluții adecvate, pot preveni pierderile financiare și pot contribui la creșterea eficienței operaționale.

Așa cum subliniază Adam et al. (2019), “Managementul riscului ne oferă posibilitatea de a echilibra balanța între riscuri și oportunități, însă pentru aceasta trebuie să fim capabili să integrăm această practică în toate activitățile și procesele noastre. Astfel, responsabilii cu implementarea procesului de management al riscului trebuie să aibă o participare activă și să se asigure că toate riscurile sunt identificate, evaluate, monitorizate și, unde este cazul, soluționate/remediate.”

Mai mult decât atât, orice activitate economică implică un anumit grad de incertitudine, iar riscul este inevitabil în luarea deciziilor. În acest sens, Stihl (2015, p.12) definește riscul ca “un eveniment posibil, previzibil sau imprevizibil, inevitabil în activitatea antreprenorială, care poartă probabilitatea de obținere a câștigului sau pierderilor în urma luării unei decizii.” Această definiție subliniază faptul că riscul este o realitate constantă în mediul de afaceri, iar gestionarea sa eficientă poate face diferența dintre succes și eșec.

În acest context, studiul de față analizează principalele riscuri interne cu care se confruntă “Bicomplex-Construct” în procesul de vânzare, oferind soluții practice pentru reducerea impactului negativ asupra activității companiei. Acest articol își propune să evidențieze factorii de risc care pot influența vânzările în sectorul materialelor de construcție, utilizând metode de cercetare comparativă, analiza SWOT și studiu de caz. Printr-o abordare structurată, lucrarea oferă perspective asupra strategiilor eficiente de gestionare a riscurilor și propune soluții adaptate specificului pieței din Republica Moldova

Materiale și metode

Studiul de față a fost realizat prin analiza literaturii de specialitate în domeniul managementului riscurilor, a strategiilor comerciale și a datelor din industria materialelor de construcție. Metodele utilizate includ:

Analiza documentară – studierea articolelor și lucrărilor științifice relevante

Studiind rapoarte economice din domeniul construcțiilor (Stiri.md, n.d.), s-a observat că, în ultimii ani, prețurile materiilor prime, precum lemnul și metalul, au crescut semnificativ. De exemplu, în 2021, costul mediu al unui metru cub de lemn a crescut de la 3.300 de lei la începutul anului, la 6.800–7.200 de lei în iunie, reprezentând o creștere de peste 100% . De asemenea, prețul metalului a înregistrat o majorare de 20-30% în aceeași perioadă.

”Bicomplex-Construct” în calitate de producător și distribuitor de materiale de construcție, este direct afectat de aceste fluctuații. Comparând prețurile proprii din ultimii ani, s-a constatat că firma a fost nevoită să mărească prețurile produselor cu 15% în anul 2024 ceea ce a afectat competitivitatea sa pe piață.

Soluție propusă pentru “Bicomplex-Construct”:

- Negocierea unor contracte pe termen lung cu furnizorii pentru a asigura prețuri stabile și previzibile.
- Oferirea de pachete promoționale pentru clienții care cumpără materiale în cantități mari, astfel încât să fidelizeze cumpărătorii și să își mențină volumul vânzărilor.

Metoda comparativă – evaluarea strategiilor de gestionare a riscurilor utilizate în domeniul construcțiilor;

Pentru a oferi o analiză comparativă între “Bicomplex-Construct” și alte companii de materiale de construcție din Republica Moldova, voi examina două exemple relevante: SUPRATEN și Laridan-Lux.

Tabelul 1. Analiza comparativă a principalilor concurenți

Caracteristici	SUPRATEN	Laridan-Lux	Bicomplex Construct
Produse și servicii	Oferă peste 50.000 de produse, inclusiv materiale de construcții, parchet laminat, vopsele, mortare, scule electrice și tehnică sanitară. Furnizează servicii precum colorarea vopselelor și design interior.	Portofoliu de peste 2.000 de produse, incluzând materiale de finisare, izolație termică și fonică, îngrășăminte minerale, beton și produse metalice.	Se concentrează pe producția și distribuția de materiale de construcție, cu un sortiment mai restrâns comparativ cu SUPRATEN și Laridan-Lux.
Rețea de distribuție	Deține două hipermarcetură și o rețea extinsă de dealeri în toată Moldova.	Dispune de 5 filiale în Republica Moldova (Chișinău, Cimișlia, Șoldănești, Dondușeni, Edineț), asigurând o acoperire națională și oferind locuri de muncă pentru peste 120 de angajați.	“Bicomplex-Construct” își desfășoară activitatea în Republica Moldova, având două puncte de vânzare și unități de producție. Locațiile sunt magazinele situate pe Str. Muncești 89, Str. Varnița 2/10 și Str. Uzinelor 95 din Chișinău.
Servicii adiționale	Oferă servicii de design interior și colorarea vopselelor, ceea ce reprezintă un avantaj competitiv.	Nu sunt menționate servicii adiționale specifice în sursele disponibile.	“Bicomplex-Construct” oferă consultanță tehnică, transport și livrare, tăiere și personalizare a materialelor, precum și servicii de amestecare și colorare a vopselelor.
Prezență online	Dispune de un magazin online bine dezvoltat, permițând clienților să	Laridan-Lux este prezentă online prin site-ul oficial (laridan.md)	“Bicomplex-Construct” este prezent online prin site-ul oficial (bicomplex.md)

	rezerve produse online și să le ridice din magazine sau să opteze pentru livrare la domiciliu.	(https://laridan.md/) și pagina de Facebook (facebook.com/laridanlux.md), (https://www.facebook.com/laridanlux.md/) unde oferă informații despre produse, servicii și oferte actuale.	(https://bicomplex.md/) și pagina de Instagram (instagram.com/bicomplex), (https://www.instagram.com/bicomplex/) unde promovează produsele, ofertele și proiectele sale.
Parteneriate strategice	Colaborează cu peste 400 de companii din toată Moldova și este producător de vopsele și amestecuri uscate pentru construcții.	Este distribuitor oficial al unor branduri internaționale de renume, precum Knauf și Rockwool, ceea ce îi conferă credibilitate și atractivitate pe piață.	“Bicomplex-Construct” colaborează cu producători internaționali precum Knauf, Rockwool și Ceresit.

Sursa: elaborat de autor (2025), pe baza datelor de pe website-urile oficiale (SUPRATEN, n.d.; Laridan-Lux, n.d.)

Analiza SWOT – identificarea punctelor forte și a amenințărilor din procesul de vânzare al “Bicomplex-Construct”.

Tabelul 2. Analiza SWOT

Categorie	Aspecte identificate	Impact asupra vânzărilor	Soluții propuse
Puncte forte (Strengths)	1. Gamă diversificată de materiale de construcție. 2. Experiență îndelungată pe piața locală. 3. Colaborări cu producători internaționali.	- Atrage un spectru larg de clienți. - Oferă produse de calitate superioară.	- Creșterea vizibilității prin strategii de marketing digital. - Extinderea portofoliului cu produse inovatoare.
Puncte slabe (Weaknesses)	1. Magazin online mai puțin optimizat față de concurenți. 2. Dependență ridicată de câțiva furnizori principali. 3. Lipsa unor servicii adiționale (ex. consultanță personalizată pentru proiecte mari).	- Clienții preferă să cumpere de la companii cu experiență online mai bună. - Riscul de întrerupere a aprovizionării dacă un furnizor întâmpină probleme.	- Dezvoltarea unei platforme de vânzări online mai eficientă - Diversificarea furnizorilor pentru reducerea riscurilor.
Oportunități (Opportunities)	1. Creșterea cererii pentru materiale de construcție durabile și eficiente energetic. 2. Digitalizarea pieței și creșterea vânzărilor online. 3. Posibilitatea de a atrage noi clienți prin programe de fidelizare.	- Posibilitatea de a crește vânzările prin adaptarea la cerințele pieței. - Extinderea bazei de clienți.	- Introducerea unei game de produse eco-friendly. - Implementarea unui sistem de reduceri pentru clienții fideli.

Sursa: elaborat de autor

Riscurile identificate în cadrul companiei “Bicomplex Construct” și soluțiile propuse:

Expunerea necorespunzătoare a produselor în magazin

• Risc: Plasarea incorectă a produselor (ex. gresie de interior lângă gresie de exterior, vopsea incompatibilă cu anumite suprafețe) poate crea confuzie pentru clienți și duce la achiziții greșite.

- **Soluție:** Implementarea unei planograme – Organizarea produselor pe rafturi conform unei planograme bine structurate va optimiza vizibilitatea acestora, va facilita accesul clienților și va reduce riscul de deteriorare sau stagnare a stocurilor, va diminua riscul ca angajatul să plaseze incorrect produsele pe raft.

Crearea unei baze de date pentru produse – O evidență digitală detaliată a fiecărui produs (lot, preț, stoc, valabilitate, poziționarea pe rând, raft) va îmbunătăți gestionarea inventarului, va minimiza erorile și va ajuta la luarea deciziilor privind aprovizionarea și vânzările.

Întârzieri în procesarea comenzilor

- **Risc:** Dacă timpul de procesare a comenzilor este prea lung din cauza lipsei de organizare internă, clienții pot deveni nemulțumiți și pot renunța la achiziție.

- **Soluție:** Automatizarea procesului de vânzare printr-un sistem digital de gestiune a comenzilor (ERP). Dacă un client plasează o comandă pentru gresie și faianță, sistemul ERP va verifica automat stocul disponibil, amplasamentul și va alocă produsele din depozit și va genera factura și avizul de livrare. Angajații vor primi notificări în timp real, reducând astfel riscul întârzierilor cauzate de procese manuale sau erori de comunicare.

Erori în facturare

- **Risc:** Emiterea unor facturi greșite, cu cantități sau prețuri eronate, poate duce la neînțelegeri cu clienții și întârzieri în finalizarea vânzării.

- **Soluție:** Implementarea unui sistem de facturare integrat cu gestiunea stocurilor și prețurilor, care să permită generarea automată a facturilor pe baza comenzilor înregistrate.

Prin implementarea unui sistem de facturare integrat cu baza de date a produselor și istoricul prețurilor, facturile vor fi generate automat pe baza comenzilor aprobate, eliminând riscul de greșeli. În plus, sistemul poate semnală automat orice diferență față de comanda inițială, solicitând o verificare suplimentară înainte de finalizare. Această soluție reduce erorile și îmbunătățește fluxul de lucru.

Întârzieri în livrarea produselor

- **Risc:** Problemele logistice, lipsa stocurilor necesare sau întârzierile transportatorilor pot afecta încrederea clienților și pot determina pierderi financiare.

- **Soluție:** Pentru a preveni astfel de situații, “Bicomplex-Construct” poate alocă permanent o mașină de rezervă, gata să preia comenzile în caz de urgență.

În plus, fiecare client poate primi un link unic prin SMS sau e-mail, prin care să urmărească în timp real statusul comenzii. Astfel, dacă apar întârzieri, clientul este informat din timp și își poate ajusta planificarea lucrărilor.

Probleme de comunicare cu clienții

- **Risc:** Clienții ar putea să nu primească informații clare despre disponibilitatea produselor, termenele de livrare sau condițiile de plată, ceea ce poate duce la neînțelegeri și nemulțumiri.

- **Soluție:** Implementarea unui departament de suport clienți eficient, utilizarea unui CRM (Customer Relationship Management) pentru gestionarea interacțiunilor și trimiterea de notificări automate privind starea comenzilor. Instruirea angajaților pentru a cunoaște exact stocurile disponibile și timpii de livrare, astfel încât să nu preia comenzi eronate. Dacă apar modificări, clientul poate trimite direct întrebări prin platforma online și va primi un răspuns rapid din partea companiei, fără a fi nevoie să sune sau să meargă personal la sediu.

Concurența pe piață

- **Risc:** Companii precum SUPRATEN și Laridan-Lux oferă prețuri competitive, discounturi și servicii adiționale, ceea ce poate determina pierderea clienților.

- **Soluție:** Pentru a preveni pierderea clienților, compania poate implementa un program de loialitate care să ofere reduceri progresive în funcție de volumul comenzilor. “Bicomplex-Construct” poate introduce oferte personalizate, cum ar fi reduceri la produsele complementare (ex: achiziția de gresie să vină cu discount la adeziv). Aceste strategii vor crește fidelitatea clienților și vor asigura un avantaj competitiv.

Motivarea și creșterea competențelor angajaților

Risc: Compania investește în instruirea angajatului, acesta devine foarte productiv, dar după ce acumulează experiență, pleacă la un alt angajator.

Soluție:

- Contract cu clauză de retenție – Angajatul se obligă să rămână o perioadă minimă după instruire sau să returneze o parte din costul formării.
- Beneficii atractive – Oferirea de bonusuri de loialitate, creșteri salariale progresive și oportunități de avansare.
- Cultură organizațională puternică – Crearea unui mediu de lucru care să motiveze angajații să rămână pe termen lung.

CONCLUZIE

Managementul riscului în procesul de vânzări reprezintă un proces strategic prin care o companie poate anticipa, evalua și gestiona factorii care ar putea influența negativ activitatea comercială. Într-un mediu concurențial dinamic, unde fluctuațiile pieței, problemele logistice și schimbările în comportamentul consumatorilor pot afecta direct vânzările, este esențial ca fiecare organizație să adopte soluții eficiente pentru a minimiza impactul riscurilor. Gestionarea corectă a acestora nu doar că protejează compania de pierderi financiare, ci și contribuie la optimizarea proceselor interne și la creșterea satisfacției clienților.

Pentru “Bicomplex-Construct”, aplicarea unor măsuri precum monitorizarea atentă a stocurilor, digitalizarea procesului de vânzare, instruirea angajaților și diferențierea prin servicii personalizate și programe de fidelizare poate reduce semnificativ riscurile și asigură un avantaj competitiv. Printr-un management eficient al riscurilor, compania nu doar că își protejează afacerea, ci își consolidează poziția pe piața materialelor de construcție, asigurând o creștere sustenabilă pe termen lung.

REFERINȚE:

1. Adam, T. O., Gabudeanu, L., & Rotaru, V. V. (2019). *Managementul riscului. Protecția datelor personale și securitatea informației în cadrul organizației*. București: Evrika Publishing.
2. Stihl, L. (2015). *Managementul riscului în afaceri*. Chișinău: Editura ASEM.
3. Guvernul României. (2018). *Metodologia de management al riscurilor 2018*. <https://sgg.gov.ro/1/wp-content/uploads/2018/07/Metodologia-de-management-al-riscurilor-2018.pdf>
4. Ministerul Sănătății din Republica Moldova. (2025). *Strategia de management al riscurilor*. <https://ms.gov.md/wp-content/uploads/2025/01/2.-Strategia-de-management-al-riscurilor.pdf>
5. Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale din Republica Moldova. (n.d.). *Strategia de management al riscurilor*. https://old.msmps.gov.md/sites/default/files/strategia_de_management_al_riscurilor.pdf
6. Societatea cu Răspundere Limitată “Bicomplex-Construct.” (n.d.). Statutul Societății cu Răspundere Limitată “Bicomplex-Construct”.
7. Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu.” (n.d.). *Aspecte privind managementul riscurilor*. https://repository.usmf.md/bitstream/20.500.12710/15376/1/ASPECTE_PRIVIND_MANAGEMENTUL_RISCURILOR.pdf
8. Universitatea de Studii Politice și Economice Europene „Constantin Stere.” (2017). *Managementul riscurilor în afaceri – Suport de curs*. <https://uspee.md/wp-content/uploads/2017/05/Managementul-riscurilor-%C3%AEn-afaceri-Suport-de-curs.pdf>
9. Website oficial Laridan-Lux. (n.d.). *Analiză comparativă a concurenței pe piața materialelor de construcție*. <https://www.laridanlux.md> (<https://www.laridanlux.md/>)
10. Website oficial SUPRATEN. (n.d.). *Informații despre produse și strategii comerciale*. <https://www.supraten.md> (<https://www.supraten.md/>)
11. Stiri.md. (n.d.). *Costul materialelor de construcție din Moldova a crescut brusc*. <https://stiri.md/article/economic/costul-materialelor-de-construcție-din-moldova-a-crescut-brusc/>

Coordonator științific: ȚURCANU Gheorghe, dr., conf.univ,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: gheorghe.turcanu@gmail.com

THE INNOVATIVE POTENTIAL OF JSC MOLDCELL IN THE DIGITALIZATION ERA – OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

POTENȚIALUL INOVATIV AL COMPANIEI SA MOLDCELL ÎN ERA DIGITALIZĂRII – OPORTUNITĂȚI ȘI PROVOCĂRI

POPESCU Gabriela, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: popescu.gabriela@ase.md

Abstract: *In the age of technology, innovation is the essential tool through which a company can become a leader in its industry. This article analyzes the innovative potential of Moldcell S.A. in the digitalization era, highlighting the company's opportunities and challenges. The study evaluates Moldcell's innovation strategies, focusing on the company's material, human, intellectual, and financial potential. The company invests in advanced technologies, promotes a creative work environment, and implements effective strategies to stimulate innovation. However, the company faces challenges such as legislative barriers, infrastructure limitations, and resistance to change. Despite these obstacles, Moldcell continues to lead in technological innovation, particularly with its innovative services, strengthening its position as a key player in Moldova's telecommunications sector.*

Keywords: *Innovation, Analysis, Strategy, Opportunities, Challenges, JSC Moldcell*

JEL CLASSIFICATION: O10

INTRODUCERE

Era digitalizării este caracterizată printr-o revoluție profundă, în care companiile și-au orientat direcția de activitate spre inovațiile continue pentru a se adapta mediului schimbărilor rapide ale pieței. În acest context, inovația nu este doar un aspect de diferențiere competitivă, ci o necesitate acerbă și strategică pentru dezvoltarea companiei pe termen lung.

Scopul cercetării constă în aprecierea potențialului inovativ al companiei S.A. Moldcell, identificând oportunitățile și provocările întâmpinate. Prin urmare, obiectivele principale ale acestei lucrări sunt:

- Analiza potențialului inovațional al companiei S.A. Moldcell;
- Identificarea principalelor oportunități și provocări în procesul de inovare;
- Formularea concluziilor și recomandărilor privind potențialul inovativ al companiei.

Suportul pentru realizarea studiului l-a constituit Raportul Conducerii al companiei, cât și informațiile furnizate de către managerul departamentului Business Innovation. Astfel, cu ajutorul datelor din sursele disponibile, s-a analizat potențialul inovativ al companiei.

Noțiunea de inovație a fost abordată de către numeroși autori, definind în lucrările lor noi abordări ale acestei noțiuni. De exemplu, Peter Drucker definește inovarea ca „instrument specific al unui manager întreprinzător, mijlocul prin care el explorează schimbarea ca o ocazie pentru diferite afaceri sau servicii” (Drucker, 1994), accentuând importanța inovației ca mijloc de adaptabilitate la noi schimbări. Totuși, autorul acestei noțiuni este considerat Joseph Schumpeter, care a definit în lucrarea „Capitalism, socialism și democrație”, inovația drept acțiunea „de a produce altceva sau a produce altfel” (Schumpeter, 1942). În ansamblu, inovația este interpretată ca un fenomen benefic pentru companii, care include în sine numeroase avantaje și poate aduce compania spre succesul pe piața concurențială.

Pentru stimularea inovației în rândul angajaților, sunt implementate diverse strategii, deoarece anume prin intermediul implicării angajaților se poate dezvolta potențialul inovativ al companiei.

Aceste strategii fiind implementate la toate nivelele de activitate, se poate asigura creșterea continuă și stimularea spiritului inovativ în rândul tuturor angajaților. Una din strategiile eficiente implementate în companiile internaționale este politica de 20%. Google folosește această strategie pentru a stimula angajații să-și dezvolte ideile și să-și implementeze proiectele inovative, care pot aduce plus valoare companiei. Această politică constă în acordarea a 20% din timpul de lucru propriu pentru cercetările în cadrul proiectelor din afara activității de bază, constituind în ansamblu aproximativ o zi din săptămâna de lucru. Celelalte 70% sunt acordate pentru activitatea de bază, iar 10% pentru activitățile de studiere și informare (Copeland & Savoia, 2011; Mardari et al., 2013). Implementarea unor astfel de strategii duce la crearea unui mediu de lucru creativ și inovativ, stimulând performanțele individuale ale angajaților, dar și rezultatele companiei în ansamblu.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Compania SA Moldcell a fost înființată în anul 2000, fiind un operator de telecomunicații ce se remarcă prin inovație digitală și oferă o gamă variată de planuri tarifare, produse și servicii. Moldcell este o societate pe acțiuni, prestatoare de servicii în domeniul telecomunicațiilor și comercializarea produselor digitale. Acestea sunt accesibile prin intermediul rețelei sale de magazine din întreaga țară, precum și prin magazinul său online, e-shop.

Pentru caracterizarea mai detaliată a potențialului inovațional al companiei, se vor analiza patru categorii: potențialul material și infrastructural, potențialul uman, potențialul intelectual și potențialul financiar.

Privind prima categorie, compania utilizează echipamente tehnice avansate pentru susținerea unor tehnologii noi, cum ar fi rețeaua 5G sau cartela electronică e-SIM. Deși aceasta nu produce în sine echipamente fizice, compania investește mult în software-uri de analiză și testare, deoarece Moldcell este o companie, în principal, prestatoare de servicii. Testările sunt realizate în principal în sediul central, aflat pe Belgrad 3, care poate fi perceput ca un laborator de cercetare, în care angajații se implică activ în activitățile de cercetare și dezvoltare a noilor produse. De exemplu, prima stație de internet 5G a fost instalată anume în oficiul central, iar angajații au fost primii care au testat noua tehnologie, pentru a îmbunătăți utilizarea ulterioară a acesteia de către clienți. De asemenea, compania dispune de centre de date moderne, Data Center și Cloud Computing, care oferă capacități mari de stocare și management sigur al datelor, facilitând astfel dezvoltarea de noi servicii. Privind baza tehnico-materială, Moldcell investește continuu în sisteme hardware pentru optimizarea și extinderea rețelei (echipamente de rețea, stații etc.).

În ceea ce privește potențialul uman, acesta este caracterizat prin capacitatea creativă a angajaților, care influențează direct succesul inovațiilor și proiectelor noi. Departamentele în care se valorifică importanța inovațiilor sunt: Marketing, SMART Innovation și IT. Pentru a încuraja angajații din acest domeniu și pentru a spori creativitatea și inovația, compania organizează în mod regulat traininguri, workshopuri și participă la evenimente specifice, cum ar fi Fintech Hub sau MWC Barcelona (Mobile World Congress), conferință anuală din domeniul telecomunicațiilor la nivel mondial. Angajații sunt încurajați să își exprime ideile și creativitatea, având libertatea de a le împărtăși cu colegii prin diverse metode, precum: Portalul intern (secțiunea de comentarii la anumite subiecte sau teme), e-mailul corporativ personal către departamentul de Resurse Umane, Ofițerul de Etică (în cazul ideilor ce vizează implementarea unor proceduri legate de sustenabilitatea proceselor sau a unor colaborări externe) sau direct către departamentul SMART Innovation, (dacă angajatul are un plan bine definit pentru implementarea proiectului). În cazul în care angajatul se implică activ în implementarea ideii, iar aceasta adaugă valoare companiei, el va beneficia de o primă și apreciere din partea conducerii.

Potențialul intelectual este valorificat de către companie prin sesiuni de formare și schimb de cunoștințe între colegi, dar și între diverse departamente și nivele ierarhice. Pentru ca aceste informații să fie structurate și ușor accesibile, sunt organizate traininguri de transfer al know-how-ului, de exemplu, în urma participării la anumite evenimente ca MWC Barcelona. Se organizează întâl-

niri cu membrii echipei delegate și ceilalți colegi din departament. Pentru a gestiona eficient informațiile și rezultatele eforturilor de inovare, există documente interne în care această informație este structurată. Acestea sunt reprezentate de: Business-Case-uri, formulare de aprobare și modificare a proiectelor noi, Final Tests Status Report Form, Project Management Procedure and Workflow, Project Charter, Testing Instruction etc. Pentru protejarea proprietății intelectuale, sunt folosite metode precum semnarea contractelor de confidențialitate, limitarea accesului la informații secrete și utilizarea platformelor dedicate, cum ar fi Confluence.

Investițiile în inovație sunt planificate prin realizarea de Business-Case-uri detaliate care analizează fiecare etapă a proiectului nou. Finanțarea se efectuează atât din surse interne, cât și prin parteneriate strategice cu fonduri externe sau chiar cu furnizorii parteneri. De exemplu, pentru implementarea serviciului e-SIM, colaborarea cu compania e-Kart a contribuit la finanțarea parțială a proiectului cu sprijinul furnizorului. Privind distribuirea resurselor în cele trei etape ale proiectului nou, compania alocă resurse financiare în proporția următoare: 30% pentru cercetare, 50% pentru dezvoltare și 20% pentru implementare. Prin alocarea eficientă a tuturor resurselor menționate și prin focusul pe inovație, Moldcell continuă să-și consolideze poziția pe piață, oferind servicii moderne și adaptate nevoilor schimbătoare ale clienților.

În ultimii ani, Moldcell a implementat mai multe inițiative inovatoare, astfel urmând și valorificând tendințele tehnologice pentru a se consolida pe piață. Toate proiectele noi, implementate în anii precedenți, au fost posibile de realizat și implementat datorită progresului în domeniul digitalizării, parteneriatelor cu furnizorii și nevoilor crescânde de soluții eficiente pentru consumatori. Unele dintre cele mai importante inovații în domeniu din ultimii ani au fost: PBX Mobile (FMC), lansarea e-SIM, Semnătura mobilă, lansarea tehnologiei 5G.

Serviciul e-SIM, lansat în 2021, a reprezentat un pas important în eliminarea limitărilor impuse de către cartelele fizice, astfel permițând clienților să-și gestioneze mai eficient conectivitatea direct din telefon. Succesul a fost datorat oportunităților generate de avansul tehnologiilor noi în domeniul cartelelor virtuale și a tendințelor globale spre digitalizare.

Semnătura mobilă a marcat un pas important în digitalizarea serviciilor în Republica Moldova, fiind integrată în multiple platforme guvernamentale și private. Aceasta s-a datorat cadrului legislativ favorabil, colaborării dintre sectorul privat și autoritățile locale, dar și nevoii tot mai crescânde a serviciilor digitale securizate.

În 2023, compania a devenit primul operator din țară care a lansat tehnologia 5G, o adevărată revoluție în telecomunicații. Anume tendințele globale de dezvoltare a acestui serviciu și colaborarea cu furnizorul extern Ericsson au dus la succesul noului proiect.

Inovații semnificative s-au realizat și în domeniul de afaceri, cu servicii inovatoare beneficiind nu doar persoanele fizice, ci și afacerile locale. Astfel, Moldcell în 2019 a lansat soluția PBX, platformă telefonică inteligentă care oferă o gestionare eficientă a apelurilor pentru clienții corporativi, extinsă în 2024 și ca aplicație mobilă. Aceasta a eliminat barierele impuse de numeroasele echipamente tehnice necesare companiilor pentru a gestiona anumite procese administrative. Anume prin valorificarea oportunităților existente oferite de inovațiile tehnologice și prin colaborările strategice, compania Moldcell a reușit să implementeze proiecte de succes ce au consolidat poziția companiei ca unul din liderii de telecomunicații din țară.

Totuși, în era digitalizării, implementarea inovațiilor include și anumite provocări cu care se confruntă companiile. Una din provocări sunt barierele legislative, proiectele inovatoare necesitând de cele mai multe ori aprobare din partea autorităților guvernamentale. Procesele birocratice, în special cele legate de reglementările din domeniul telecomunicațiilor și securitatea datelor, încetinesc procesul de implementare a inovațiilor. Soluția în acest caz fiind colaborarea constantă cu autoritățile pentru a clarifica necesitățile legislative în prealabil.

Limitările infrastructurii sunt de asemenea un obstacol pentru compania Moldcell, implementarea inovațiilor tehnologice avansate necesitând o infrastructură specializată care implică costuri mari. Pentru a combate aceste limitări, compania poate realiza parteneriate strategice cu centre

de cercetare-dezvoltare pentru testarea colaborativă sau cu furnizori și fonduri externe de finanțare pentru a minimiza cheltuielile tehnice.

O altă provocare este și rezistența manifestată în rândul clienților și angajaților față de schimbările constante. Soluția pentru aceasta poate fi organizarea de campanii și traininguri de informare a clienților și instruire a angajaților. Unele dintre proiectele inovatoare lansate de companie, care s-au confruntat cu o astfel de problemă au fost: serviciul E-health și Moldcell Money.

E-health, platformă online pentru consultațiile medicale, a fost o inovație bună, dar greșit poziționată. Utilizatorii nu au perceput corect serviciul din motiv că Moldcell este asociată cu o companie de telecomunicații și nu cu un furnizor de servicii medicale, iar din cauza asocierii, clienții nu au acordat încredere deplină proiectului.

Moldcell Money, serviciu de plăți online cu ajutorul numărului mobil, a reprezentat o intrare dificilă pe o piață saturată. Din cauza unei concurențe acerbe din partea companiilor specializate în domeniul serviciilor bancare și al plăților online, Moldcell s-a confruntat cu dificultăți în promovarea și atragerea clienților în proiect.

Însă compania continuă să se dezvolte în domeniul inovațiilor digitale și își ajustează continuu strategiile pentru a-și îmbunătăți procesele și pentru a asigura succesul viitoarelor inițiative tehnologice.

CONCLUZII

Inovația în era digitalizării reprezintă un pilon esențial pentru succesul și competitivitatea pe termen lung a companiei. Analiza proceselor și strategiilor implementate în cadrul organizației evidențiază eforturile considerabile depuse pentru dezvoltarea unei culturi inovatoare, adaptarea la tendințele pieței și integrarea tehnologiilor moderne. Cu toate acestea, studiul scoate în evidență necesitatea optimizării unor aspecte cheie, precum colaborarea internă și externă, agilitatea proceselor decizionale și implementarea activă a angajaților la toate nivelurile.

Potențialul inovațional al companiei SA Moldcell este unul semnificativ, care a transformat compania într-un model de inovație eficientă în industria telecomunicațiilor din Republica Moldova.

REFERINȚE:

1. Copeland, P., & Savoia, A. (2011). Entrepreneurial Innovation at Google. *IEEE Computer Society*, vol. 0018-9162
2. *Society*, vol. 0018-9162
3. Drucker, P. (1994). *Inovația și spiritul antreprenorial*. Editura Enciclopedică
4. Mardari Al., Bejenari, V., & Mazuru, S. (2013). *Cultura de inovare a companiei Google*. Chișinău.
5. Raportul Conducerii Moldcell Pentru 2023 (2024),
<https://moldcell.md/files/Policies/Raportul%20conducerii%20%C8%99i%20de%20sustenabilitate%20Moldcell%20Grup%20pentru%202023--.pdf>
6. Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper Perennial Modern Classics

Coordonator științific: ȘENDREA MARIANA, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: sendrea.mariana@ase.md

IMPACT OF AI ON DECISION-MAKING PROCESSES AND OPERATIONAL EFFICIENCY

IMPACTUL AI ASUPRA PROCESELOR DECIZIONALE ȘI EFICIENȚEI OPERAȚIONALE

POSTOLACHE Alexandra, studentă, specialitatea:BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: postolache.alexandrina@ase.md

Abstract: The rapid advancement of Artificial Intelligence (AI) has transformed decision-making processes and operational efficiency across sectors like education, logistics, construction, and marketing. This research explores AI's impact, focusing on its role in enhancing productivity, accuracy, and innovation. A qualitative approach is used, analyzing existing literature and case studies to showcase AI applications. Key findings show that AI optimizes repetitive tasks, enhances resource allocation, accelerates discoveries, and personalizes learning. In logistics and production, AI improves supply chain efficiency and predictive maintenance. The study concludes that AI amplifies human labor, driving operational effectiveness and innovation. This research provides insights into AI's transformative role, suggesting its growing influence on future advancements and economic growth.

Keywords: Artificial Intelligence, decision-making, operational efficiency, automation, data analysis, optimization, innovation, technology

JEL CLASSIFICATION: D81, M15, O33, O32

INTRODUCERE

Lumea afacerilor este într-o perioadă de „schimbări tectonice” aduse de progresul tehnologic, cea mai importantă tehnologie de uz general a erei noastre fiind inteligența artificială (AI). Aceasta are un impact major asupra proceselor decizionale și eficienței operaționale, revoluționând industrii precum sănătatea, finanțele, producția și retailul. Prin colectarea și analiza rapidă a volumelor mari de date, AI oferă rapoarte precise, sprijinind luarea deciziilor informate și reducând erorile. De asemenea, AI optimizează operațiunile prin automatizarea sarcinilor repetitive și identificarea preventivă a defecțiunilor, minimizând riscurile și costurile. În cercetare și inovare, accelerează descoperirile științifice, facilitând progresul în domenii esențiale. Astfel, AI devine un instrument indispensabil pentru eficiență, precizie și dezvoltare strategică.

Scopul cercetării este de a analiza modul în care tehnologiile AI contribuie la optimizarea luării deciziilor și îmbunătățirea eficienței organizaționale, evidențiind domeniile de aplicare. Într-un mediu economic din ce în ce mai competitiv, înțelegerea acestor aspecte devine esențială pentru valorificarea potențialului AI și adaptarea companiilor la noile provocări tehnologice.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Nu există o definiție general acceptată a AI. De obicei, este denumită ca fiind capacitatea unei mașini de a învăța din experiență, de a se adapta la noile intrări și de a îndeplini sarcini asemănătoare omului (Duan, Edwards, & Dwivedi, 2019).

Odată cu creșterea popularității inteligenței artificiale, alimentată de Big Data, algoritmi avansați, putere de calcul sporită și capacități de stocare îmbunătățite, sistemele AI au devenit componente integrate ale sistemelor digitale, exercitând un impact semnificativ asupra procesului decizional în organizații (Duan, Edwards, & Dwivedi, 2019). Mai mult, deciziile strategice bazate pe

date, susținute de inteligența artificială, reprezintă o schimbare fundamentală în modul în care companiile își construiesc strategiile și își gestionează operațiunile. Duan, Edwards și Dwivedi (2019) susțin că utilizarea inteligenței artificiale pentru luarea deciziilor a fost una dintre cele mai importante aplicații din istoria AI. În linii generale, AI poate sprijini trei nevoi importante pentru companii: automatizarea proceselor de afaceri, obținerea de informații prin analiza datelor și interacțiunea cu clienții și angajații.

Eficiența operațională reprezintă capacitatea unei organizații de a-și utiliza cât mai bine resursele - cum ar fi timpul, banii, personalul și tehnologia - pentru a obține rezultate maxime cu costuri minime și pierderi reduse. În acest context, AI devine un instrument esențial ce sprijină angajații și nu înlocuiește forța de muncă, având un rol crucial în optimizarea și eficientizarea proceselor. AI poate automatiza procese repetitive, analiza volume mari de date în timp real și genera soluții rapide pentru optimizarea activităților (Baractari, 2024).

De exemplu, *în producție*, AI poate prelua ciclurile repetitive, cum ar fi verificările de calitate sau gestionarea inventarului, economisind timp și resurse pentru muncitori. În același sens, AI este capabilă să colecteze și să analizeze datele în timp real, generând rapoarte zilnice care sprijină managementul în luarea unor decizii informate. Un exemplu concret este utilizarea AI în monitorizarea stării utilajelor de producție, identificând semnele de uzură și prevenind defecțiunile înainte ca acestea să apară, prin analiza datelor istorice și a semnalelor transmise de echipamente (Festo, n.d.; Zaptest, 2023). De asemenea, AI ajută la îmbunătățirea proceselor din domenii mai complexe, precum *medicina*, unde se utilizează pentru diagnosticarea rapidă a bolilor pe baza imaginilor medicale sau în cercetarea de noi tratamente. La Institutul de Cardiologie din Moldova, AI ajută la diagnosticarea problemelor cardiovasculare încă din stadii incipiente, iar în managementul spitalelor, AI optimizează programările și coordonarea resurselor, reducând timpii de așteptare și maximizând eficiența proceselor interne (Nigai, 2024; Minea, 2021). În *domeniul juridic*, AI este folosită pentru a analiza documente și a sugera soluții, reducând timpul necesar pentru studierea cazurilor (Kluwer, 2023). În *recrutare*, AI ajută companiile să selecționeze candidații potriviți prin analiza CV-urilor și a profilurilor, economisind timp și resurse. Inteligența artificială optimizează procesele din *domeniul construcțiilor* prin automatizarea unor activități consumatoare de timp, precum revizuirea contractelor. AI generativă poate „citi” documentele, identifica automat eventualele abateri față de standardele companiei și propune ajustări corespunzătoare. Astfel, se reduc semnificativ timpul și efortul necesare în analiza documentelor, crescând eficiența și acuratețea proceselor administrative (EB, 2023). AI contribuie la eficientizarea operațiunilor și la reducerea costurilor *în logistică* prin automatizarea sarcinilor repetitive și consumatoare de timp, precum sortarea, etichetarea și ambalarea, reducând astfel erorile și economisind resurse. De asemenea, îmbunătățește selecția comenzilor și planificarea rutelor, accelerând livrările și sporind satisfacția clienților. Analizând datele clienților, AI poate anticipa cererea și ajusta nivelurile stocurilor, prevenind supra- sau sub-aprovizionarea (Codept, n.d.). Un exemplu de utilizare a AI *în cercetare științifică* este AlphaFold, un sistem de AI care prezice structura proteinelor, accelerând astfel studiile moleculelor și contribuind la descoperiri revoluționare în domeniul medical și biotehnologic (DeepMind, n.d.). Totodată, *în fizica* particulelor, AI accelerează descoperirile prin analiza datelor complexe din experimente, cum ar fi cele de la CERN. Aceasta identifică tipare și anomalii, reducând timpul necesar pentru a ajunge la concluzii valoroase și sprijinind înțelegerea universului la nivel subatomic (Nelson, 2022). AI contribuie semnificativ la personalizarea experiențelor de învățare și la îmbunătățirea procesului decizional *în educație*. Platformele online care folosesc AI, cum ar fi Khan Academy sau Coursera, analizează în timp real progresul elevilor, ajustând lecțiile și resursele pentru a corespunde nevoilor lor individuale. Aceasta ajută cadrele didactice să ia decizii informate cu privire la programele de studiu, adaptându-le pe măsură ce elevii progresează ("Inteligența Artificială în Educație", 2025). De asemenea, utilizarea realității augmentate (AR) și a realității virtuale (VR) îmbunătățește deciziile educative prin oferirea unui feedback instantaneu și personalizat în medii interactive. La Colegiul Național "I.L. Caragiale" din București, utilizarea realității augmentate optimizează modul în care elevii în-

vață, oferind cadre didactice instrumente pentru a evalua și îmbunătăți modul de predare în timp real (Bogdan, 2024).

Astfel, în mediul de afaceri, mai multe firme și organizații dezvoltă și implementează soluții de AI pentru a-și îmbunătăți procesele operaționale. Vom face referire la câteva exemple relevante:

- **Festo:** Această companie integrează AI în producție, oferind soluții pentru automatizarea sarcinilor repetitive și monitorizarea echipamentelor, prevenind defectele și îmbunătățind eficiența operațională. Festo reduce timpii morți cu 25%, deșeurile cu 20% și pierderile cu până la 65%, utilizând AI pentru a optimiza procesele de fabricație, de exemplu, în fabricile de automobile, îmbunătățind atât viteza de producție, cât și siguranța muncitorilor prin implementarea unor sisteme inteligente de control al calității (Festo, n.d.).

- **DeepMind:** AlphaFold, dezvoltat de Google DeepMind, prezice structura proteinelor cu o precizie de 92-96%, economisind ani de cercetare. A accelerat descoperiri analizând în câteva minute structurate înainte de a dura luni sau ani. A contribuit la: malarie (identificarea țintelor proteice pentru tratament), Parkinson (înțelegerea agregării anormale a proteinelor), poluare cu plastic (enzime care descompun plasticul), supraviețuirea albinelor (proteine legate de imunitate) și medicamente (proiectarea rapidă a moleculelor). A cartografiat peste 200 de milioane de proteine, optimizând procesele farmaceutice și biotehnologice (DeepMind, n.d.).

- **Amazon:** AWS Supply Chain este o platformă bazată pe AI, proiectată pentru a obține eficiența lanțului de aprovizionare. Aceasta reduce timpii de reacție cu până la 25% și optimizează operațiunile prin analiza a 5 aspecte esențiale și optimizează operațiunile prin analiza a 5 aspecte esențiale: vizibilitate (centralizează date din peste 100 de surse pentru o perspectivă completă asupra lanțului de aprovizionare), planificare (modelele predictive reduc lipsurile de stoc cu 30% și optimizează cererea cu 20 %, prevenind surplusurile), colaborare (alăturarea automată a partenerilor comerciali, scade întârzierile cu 35% , dezvoltând livrările), execuție (gestionarea resurselor în timp real, reduce costurile operaționale cu 20% și crește eficiența logistică), durabilitate (optimizarea traseelor de transport, scade emisiile de carbon cu 15% , contribuind la sustenabilitate). Amazon folosește această soluție pentru a echilibra stocurile între 175+ centre logistice , asigurând livrări rapide și eficiente. De asemenea, companii British Telecom și Traeger Grills au implementat AWS Supply Chain, reducând decalajele de aprovizionare cu 32% precum și gestionarea stocurilor (Shah, 2024).

- **UiPath:** este o platformă de automatizare a proceselor care folosește inteligența artificială (AI) pentru a eficientiza activitățile repetitive și complexe din companii. Cu ajutorul AI-ului — precum machine learning, NLP și recunoașterea documentelor — roboții UiPath pot lua decizii inteligente și procesa date nestructurate. Omega Healthcare și-a crescut productivitatea cu 100%, a redus timpul de procesare a facturilor cu 50% și a atins o precizie de 99,5%. Johnson Controls a economisit peste 900.000 de ore și 18 milioane USD prin 250 de automatizări. Canon a eliminat o restanță de patru luni cu ajutorul a 135 de roboți și s-a concentrat pe muncă analitică. Vital a salvat 15.000 de ore și a crescut numărul agențiilor deservite cu 450%. TQL ia 33.000 de decizii zilnic prin UiPath, iar Uber a automatizat 70% din baza de clienți, economisind 22 de milioane USD în trei ani (UiPath, n.d.).

- **IBM Watson:** este o platformă avansată de inteligență artificială generativă, creată pentru a accelera transformarea digitală a companiilor și pentru a spori productivitatea în activitățile esențiale. Prin intermediul acestei soluții, Vodafone a reușit să îmbunătățească semnificativ experiența clienților prin TOBi, un asistent virtual care funcționează non-stop, în 14 limbi. Folosind IBM watsonx.ai, compania a redus timpul de analiză a decalajelor la doar 5 minute și a obținut o îmbunătățire de 99% a duratei necesare testării călătoriilor clienților, scurtând procesul de la 6,5 ore la doar câteva minute. În cadrul US Open, unde peste 15 milioane de fani urmăresc turneul prin aplicație și site, IBM a captat și analizat peste 7 milioane de puncte de date. Folosind modele AI generative din portofoliul IBM watsonx, inclusiv Granite, USTA a generat conținut original și comentarii automatizate, oferind o experiență digitală de top. În același timp, Dun & Bradstreet a integrat IBM wat-

sonx Orchestrate pentru a crea D&B Ask Procurement, un asistent AI care a redus timpul necesar în procesul de achiziții cu 10–20%, îmbunătățind evaluarea riscurilor furnizorilor și eficiența generală a deciziilor. Aceste rezultate evidențiază impactul semnificativ pe care IBM watsonx îl are în optimizarea proceselor și îmbunătățirea interacțiunii cu clienții la scară largă IBM (Watson, n.d.).

CONCLUZII

Inteligența artificială s-a dovedit a fi un instrument esențial în optimizarea proceselor și îmbunătățirea luării deciziilor în cadrul organizațiilor. Analiza efectuată evidențiază modul în care AI contribuie la automatizarea activităților repetitive, analiza în timp real a datelor complexe și generarea de soluții eficiente pentru diverse industrii, de la producție și logistică până la educație sau administrație. Prin integrarea tehnologiilor bazate pe AI, companiile pot reduce costurile, preveni erorile, anticipa problemele și lua decizii mai rapide și mai bine fundamentate. Într-un mediu economic competitiv, adoptarea inteligenței artificiale nu mai este o opțiune, ci o necesitate pentru eficiență, adaptabilitate și dezvoltare sustenabilă.

Este apreciabil faptul că numeroase companii au obținut realizări impresionante în urma implementării AI în diverse domenii, totuși aplicabilitatea sistemelor bazate pe AI este încă destul de restrânsă, iar provocările și riscurile sunt inevitabile. Înainte de a se lansa într-o inițiativă AI, companiile trebuie să înțeleagă ce tehnologii îndeplinesc anumite tipuri de sarcini, care sunt punctele forte și limitările fiecăreia. Mai mult, pentru a-și atinge obiectivele, companiile au nevoie de planuri detaliate de extindere, ceea ce necesită colaborarea între experții în tehnologie și proprietarii afacerilor.

REFERINȚE:

1. Baractari, A. (2024, septembrie 10). *Inteligența artificială: ne fură sau ne transformă joburile? Cum rezistăm în era noilor tehnologii*. <https://diez.md/2024/09/10/inteligenta-artificiala-ne-fura-sau-ne-transforma-joburile-cum-rezistam-in-era-noilor-tehnologii/>
2. Bogdan, M. (2024, iunie 2). *Laboratoare inteligente la CN „I.L. Caragiale”*. <https://zpl.ro/laboratoare-inteligente-la-cn-i-l-caragiale/>
3. Codept. (n.d.). *5 Ways to Use Artificial Intelligence in Logistics*. <https://en.codept.de/blog/5-ways-to-use-artificial-intelligence-in-logistics>
4. DeepMind (n.d.). *AlphaFold*. <https://deepmind.google/technologies/alphafold/>
5. Duan, Y., Edwards, J. S., & Dwivedi, Y. K. (2019). Artificial intelligence for decision making in the era of Big Data – Evolution, challenges, and research agenda. *International Journal of Information Management*, (48), 63-71.: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401219300581?utm>
6. EB. (2023, iulie 24). *Inteligența artificială în lumea construcțiilor. ARENA Construcțiilor*. <https://arenaconstruct.ro/inteligenta-artificiala-in-lumea-construcțiilor/>
7. Festo (n.d.). *AI în producție cu Industrial Intelligence*. https://www.festo.com/ro/ro/e/solutii/transformare-digitala/ai-in-productie-id_408724/#st_call_to_action_master
8. Kluwer, W. (2023, 8 noiembrie). *Nu există un consens în rândul avocaților dacă inteligența artificială generativă reprezintă o oportunitate sau o amenințare*. <https://www.wolterskluwer.com/ro-ro/expert-insights/ai-pentru-avocati-trenduri-impact>
9. *Inteligența Artificială în Educație: Personalizarea Învățărilor și Predarea Asistată de Tehnologie* (2025, 10 februarie). <https://romaniaai.ro/2025/02/10/inteligenta-artificiala-in-educatie-personalizarea-invatarii-si-predarea-asistata-de-tehnologie/>
10. Minea, M. (2021, martie 19). *Inteligența artificială în medicină*.: <https://www.viata-medicala.ro/inteligen-a-artificiala-in-medicina-20843>
11. Nelson, D. (2022, decembrie 9). *Inteligența artificială îmbunătățește viteza descoperirilor pentru fizica particulelor*. <https://www.unite.ai/ro/artificial-intelligence-enhances-speed-of-discoveries-for-particle-physics/>
12. Nigai, B. (2024, 17 februarie). *La Institutul de Cardiologie a fost instalat un tomograf dotat cu Inteligență Artificială*. <https://radiomoldova.md/p/30478/la-institutul-de-cardiologie-a-fost-instalat-un-tomograf-dotat-cu-inteligenta-artificiala>
13. Shah Amit (2024, iulie, 12). *Abordarea provocărilor specifice industriei lanțului de aprovizionare cu AWS Supply Chain*. <https://aws.amazon.com/blogs/supply-chain/addressing-industry-specific-supply-chain-challenges-with-aws-supply-chain/>
14. Uipath (n.d.). <https://www.uipath.com/gallery-customer-achievement>
15. Watson (n.d.). *Realizați promisiunea AI cu watsonx*. <https://www.ibm.com/watsonx>

16. ZAPTEST (2023, 1 septembrie). *Impactul AI în automatizarea proceselor robotice – O discuție cuprinzătoare despre convergența AI și RPA*. <https://www.zaptest.com/ro/impactul-ai-in-automatizarea-proceselor-robotice-o-discutie-cuprinzatoare-despre-convergenta-ai-si-rpa>

Coordonator științific: HĂBĂȘESCU Mariana, asist. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: habasescu.mariana.mihail@ase.md

MODERN TRENDS IN LOGISTICS

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ

¹ SIBICHEEVA Arina, studentă, specialitatea: MKL

e-mail autor: sibicheeva.arina@ase.md

² TABUNSCIC Daria, studentă, specialitatea: MKL

e-mail autor: daria.tabunshcic@ase.md

^{1,2} Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Abstract: Logistics is a rapidly evolving field essential to modern supply chains. Growing global trade and consumer demands push companies to adopt innovative solutions. This study explores key trends such as automation, AI (artificial intelligence), Big Data, blockchain, mergers, and drone delivery, assessing their global impact and potential in Moldova. Using literature analysis, comparative methods, and expert evaluation, the research finds that while automation and artificial intelligence are widely used worldwide, Moldova lags in adoption. Blockchain enhances transparency, mergers consolidate markets, and drone delivery shows promise. Moldova has significant potential for digital transformation but requires investment, infrastructure, technology, and legislative support.

Keywords: logistics, automation, blockchain, supply chain, drone delivery, Moldova.

JEL CLASSIFICATION: O33

ВВЕДЕНИЕ

Логистика — ключевая отрасль глобальной экономики, адаптирующаяся к росту торговли, цифровизации и изменению потребительских предпочтений. Компании внедряют автоматизацию, ИИ, блокчейн и беспилотные технологии для оптимизации процессов, сокращения затрат и повышения скорости доставки. Эти инновации формируют новые стандарты управления цепочками поставок.

Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием технологий, глобализацией и изменением потребительских предпочтений, что делает логистику ключевым фактором конкурентоспособности. Автоматизация и оптимизация цепочек поставок повышают эффективность процессов. Анализ этих тенденций помогает компаниям адаптироваться к новым вызовам, снижать затраты и улучшать показатели.

Цель исследования: проанализировать современные тенденции в логистике, выявить их влияние на развитие отрасли и определить перспективные направления для повышения эффективности логистических процессов.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. При подготовке статьи проанализированы актуальные материалы по современным тенденциям в логистике, включая внедрение блокчейна, автоматизации и ИИ, применение 3D-технологий и развитие логистической инфраструктуры в Молдове. Это позволило оценить адаптацию глобальных трендов на локальном уровне. В исследовании использованы следующие методы:

✓ Анализ литературы и вторичных данных. Проведен обзор научных публикаций, аналитических отчетов и экспертных статей по теме современных логистических технологий. Это позволило выявить ключевые тенденции и оценить их влияние на глобальные цепочки поставок.

✓ Сравнительный анализ. Рассмотрено внедрение инноваций в логистике на примере различных стран и компаний. Сравнение международного опыта с ситуацией в Молдове позволило выявить перспективные направления развития.

✓ Системный подход. Логистика анализировалась как комплексная система, включающая транспорт, складирование, управление данными и взаимодействие участников цепочки поставок. Это позволило учесть влияние новых технологий на всю отрасль.

✓ Прогнозирование. На основе существующих данных сделаны выводы о перспективах внедрения инновационных решений в логистике, их преимуществах и возможных ограничениях для молдавского рынка. Этот подход обеспечил всестороннее рассмотрение современных тенденций в логистике и позволил сформулировать выводы о возможностях их применения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Далее авторы подробно рассматривают современные тенденции развития логистики на мировом уровне.

• Автоматизация и роботизация складов

Автоматизация складов – это внедрение роботов и программ для оптимизации хранения и обработки товаров. Роботы ускоряют выполнение заказов и снижают затраты на персонал, заменяя ручной поиск и сортировку. Это уменьшает ошибки и повышает эффективность работы.

Например, роботы Kiva — это автономные мобильные роботы, используемые для автоматизации складских процессов. Они перемещают стеллажи с товарами к сотрудникам, что сокращает время обработки заказов (Amazon Robotics, n.d.). Amazon использует роботов Kiva, что увеличило скорость обработки заказов на 50% (N+1, 2016). В Молдове перспективу внедрения таких решений имеет сеть складских комплексов ZityMall, специализирующаяся на логистике e-commerce.

Преимущества использования роботов: увеличение скорости обработки заказов, снижение затрат на персонал, повышение точности и минимизация ошибок, оптимизация использования складского пространства.

Недостатки: высокая начальная стоимость внедрения, необходимость технического обслуживания, возможные сбои в работе, сокращение рабочих мест для сотрудников склада. (EVSINT, n.d.)

• Использование искусственного интеллекта (ИИ) и анализ больших данных.

ИИ и анализ больших данных помогают компаниям оптимизировать маршруты и прогнозировать спрос. Системы анализируют погодные условия, пробки, предпочтения клиентов и другие факторы, помогая принимать более точные решения. Это сокращает издержки на транспортировку и минимизирует задержки.

К примеру, Maersk – датская логистическая компания, одна из крупнейших в мире, оперирующая по всему земному шару. Использует ИИ для прогнозирования задержек морских перевозок, что позволяет минимизировать риски и оптимизировать логистические процессы. UPS – американская компания, ведущий оператор в сфере логистики и доставки, внедрила систему ORION, которая помогает курьерам выбирать наиболее эффективные маршруты, сокращая время доставки и снижая затраты. В Молдове компания Nova Poshta Moldova использует цифровые технологии для отслеживания посылок в реальном времени, что повышает прозрачность логистических процессов. (Nova Poshta Shopping, n.d)

Преимущества: снижение затрат на топливо и логистику благодаря оптимизированным маршрутам и автоматизации, точное прогнозирование для предотвращения сбоев.

Недостатки: высокая стоимость внедрения ИИ, зависимость от качества данных, влияющая на точность прогнозов и маршрутизации.

- **Blockchain**

Блокчейн внедряется в логистику для повышения прозрачности, безопасности и эффективности цепочек поставок. (4Logist, n.d.) Технология блокчейн создаёт неизменяемую и общедоступную базу данных, где каждый этап доставки фиксируется в виде блоков. Это позволяет отслеживать движение товаров в реальном времени и исключить мошенничество.

Например, платформа TradeLens, разработанная компанией Maersk совместно с IBM, использует блокчейн для отслеживания грузов и документации в режиме реального времени, что значительно повышает прозрачность и безопасность в международных перевозках. В Молдове широкого внедрения блокчейна в логистике пока нет, однако международный логистический оператор AsstrA Moldova может стать потенциальным кандидатом на интеграцию этой технологии для повышения безопасности данных и оптимизации процессов.

Преимущества: прозрачность и безопасность данных за счет защищенной базы блокчейна, снижение затрат и ускорение процессов благодаря автоматизации документооборота.

Недостатки: высокая стоимость внедрения из-за необходимости инвестиций в инфраструктуру и обучение персонала, сложности интеграции с устаревшими системами.

- **Крупные слияния в логистике**

Компании в сфере грузоперевозок всё чаще объединяются, чтобы укрепить свои позиции на рынке. Логистические операторы покупают другие компании, расширяя сеть поставок, получая доступ к новым технологиям и увеличивая прибыль.

Например, C.H. Robinson, американская логистическая компания, приобрела Milgram Group, что увеличило её выручку на 15% и расширило возможности на международных рынках (Prolog FFC, n.d.). Ryder после слияния с MXD Group в 2018 году увеличила доход на 23%, что позволило значительно укрепить её позиции в сфере логистики и доставки. В Молдове примером может служить Glovo, который активно сотрудничает с местными логистическими компаниями для расширения сети доставки и улучшения качества сервиса.

Преимущества: рост прибыли, расширение рынка и услуг, укрепление позиций.

Недостатки: высокие затраты на слияние и сложная интеграция систем и процессов.

- **Автопилотные доставки дронами**

Беспилотники всё чаще используются для доставки товаров, особенно в Китае и США.

Дроны доставляют небольшие посылки на короткие расстояния, снижая нагрузку на дороги и ускоряя доставку. (HSE, n.d.)

Amazon Prime Air тестирует дроны в США, ускоряя доставку и сокращая затраты. (4Logist, n.d.-b) В Китае JD.com и SF Express уже используют дроны, улучшая логистику (RBC, 2020). В Молдове таких решений пока нет, но Cargus и Nova Poshta могут стать кандидатами на внедрение технологии.

Преимущества: высокая скорость доставки, снижение затрат на персонал при перевозке небольших грузов, улучшение качества обслуживания клиентов.

Недостатки: строгие регуляции, ограничивающие использование дронов, и малая дальность полетов, что затрудняет доставку в удаленные районы и крупных грузов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. Проведенное исследование позволило определить ключевые тенденции, влияющие на развитие логистической отрасли, и их текущее состояние в международной практике и в Молдове:

Технологическая трансформация логистики. Автоматизация и ИИ в логистике глобально сокращают расходы и ускоряют обработку заказов. В Молдове их используют точечно, преимущественно крупные игроки, но низкий уровень автоматизации сдерживает развитие отрасли.

Рост значимости данных и цифровизации. Большие данные и блокчейн повышают прозрачность и надежность поставок, оптимизируя процессы. В Молдове их применение пока ограничено, но рост e-commerce создает условия для цифровизации. **Консолидация рынка.** Крупные слияния в сфере международной логистики демонстрируют стремление компаний к расширению географии и повышению устойчивости цепочек поставок. В Молдове логистический рынок остается раздробленным, но присутствие международных операторов увеличивается.

Альтернативные методы доставки. Дрон-доставка остается экспериментальной, но уже тестируется в развитых странах. Amazon, JD.com и UPS внедряют беспилотные технологии для доставки малых грузов. В Молдове этот метод пока не применяется из-за отсутствия нормативной базы и высокой стоимости, но Nova Poshta Moldova и международные курьерские службы могут стать первопроходцами в его адаптации.

Таким образом несмотря на то, что ключевые тенденции активно внедряются в мировую логистику, в Молдове их развитие пока находится на ранних стадиях. Однако анализ показывает, что некоторые компании уже начинают применять передовые решения.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Результаты исследования подтверждают, что логистическая отрасль претерпевает значительные изменения под влиянием технологий. Внедрение автоматизации, искусственного интеллекта, блокчейна и других инноваций позволяет компаниям сокращать расходы, повышать эффективность и качество обслуживания клиентов.

Для **развития логистики** авторы предлагают: ускорить внедрение автоматизированных складов, расширить использование ИИ и больших данных, развивать применение блокчейн-технологий, создать условия для привлечения инвестиций в логистику

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Amazon Robotics.* (n.d.) https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Amazon_Robotics.
2. EVSINT. (n.d.). *Недостатки и преимущества роботов на рабочем месте.* <https://www.evsint.com/ru/disadvantages-and-advantages-of-robots-in-the-workplace/>.
3. HSE. (n.d.). *Логистика: современные тенденции.* Материалы XVIII Международной научно-практической конференции. <https://publications.hse.ru/m>.
4. *Maersk: датская компания логистики:* (n.d.). <https://ru.wikipedia.org/wiki/Maersk>.
5. N+1. (2016). *Amazon Kiva: автоматизированные склады.* <https://nplus1.ru/news/2016/06/20/Amazon-Kiva>.
6. Nova Poshta Shopping. (n.d.). *Часто задаваемые вопросы.* <https://npshopping.md/ru/faq/article/360016328411>
7. Prolog FFC. (n.d.). *С.Н. Robinson расширяет глобальную сеть, приобретая Milgram Company Ltd.* <https://prolog-ffc.com.ua/news/ch-robinson-rasshiriaet-globalnuiu-set-priobretaia-milgram-company-ltd>
8. RBC (2020) *Роботы в логистике: современные технологии.* https://www.rbc.ru/technology_and_media/01/09/2020/5f4d751e9a794711a14c4068.
9. 4Logist. (n.d.-a). *Blockchain: прорыв в современной логистике.* <https://www.4logist.com/novosti/blockchain-breakthrough-for-modern-logistics/>.
10. 4Logist. (n.d.-b). *Современные направления развития логистики.* <https://www.4logist.com/novosti/sovremennye-napravleniya-razvitiya-logistiki>.

Coordonator științific: SOLOMATIN Ala, conf.univ., dr.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: solomatin.ala.tudor@ase.md

FROM CHARISMA TO RESPONSIBILITY: A COMPLEX OF CHARACTERISTICS OF A SUCCESSFUL LEADER

ОТ ХАРИЗМЫ ДО ОТВЕТСТВЕННОСТИ: КОМПЛЕКС ХАРАКТЕРИСТИК УСПЕШНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

ZAVALII Ksenia, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: zavalii.ksenia@ase.md

Abstract: *In this article, we examine the most important qualities of a leader's personality, particularly charisma, responsibility, strategic thinking, and communication skills. A successful leader is not only a charismatic figure but also a multifaceted personality that combines a range of characteristics necessary for effective leadership and organizational success. An effective leader must be able to make informed decisions, adapt to changes, and build a resilient team. Our research and examples from the literature demonstrate that the right combination of these qualities contributes to creating an atmosphere of trust and mutual understanding, leading to high performance. A modern leader must not only be a professional in their field but also a person capable of inspiring, delegating, and managing effectively under stress and instability.*

Key words: *leader, manager, soft-skills, responsibility, charisma*

JEL CLASSIFICATION: M21,M10

ВВЕДЕНИЕ

В условиях стремительно меняющегося мира бизнеса и экономики, роль руководителя становится все более значимой для успеха организации. Современный лидер должен выйти за рамки традиционного представления об управленческих навыках, умело сочетая абсолютно разные профессиональные характеристики. Комбинируя разные типы: от харизмы до ответственности, успешный руководитель должен быть не только профессионалом своего дела, но и личностью, способной вдохновлять, мотивировать и принимать обоснованные решения. В данной статье мы дадим определение личности руководителя, рассмотрим комплекс характеристик, составляющих образ успешного лидера, с акцентом на такие качества, как харизма, ответственность, стратегическое мышление и другие.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В чем особенность личности руководителя

Руководитель – это человек, который обладает полномочиями и несет ответственность за управление и организацию деятельности компании. В различных исследованиях личностных качеств руководителя акцентировалось внимание на таких характеристиках как: лидерские качества, стиль управления, эмоциональный интеллект и способности к принятию решений. В работах Джеймса Макгрегора Бернса выделяется концепция трансформационного лидерства, где основное внимание уделяется мотивации и воздействию руководителя на подчиненных (Макгрегор, 1978). В работах Ральфа Стогдилла рассматриваются такие черты лидерства, как уверенность, способность к анализу и решению проблем (Стогдилл, 1974). Говард Гарднер акцентирует внимание на важности эмоционального интеллекта (Гарднер, 1993). Исследования Джона Коттера подчеркивают важность способности руководителя к грамотному подходу к инновациям и стратегическому мышлению (Коттер, 1990), а Курт Левин писал, что стиль руководства тесно связан с

личностными особенностями лидера, откуда и вырастает авторитарность, либеральность или демократичность (Левин, 1993). Суммируя данные мнения, можно сказать, что личностные качества руководителя являются ключевыми факторами в определении эффективности его действий и работы команды.

Харизма как основа влияния

Многочисленные исследования доказывают, что харизма является одним из ключевых факторов, влияющих на эффективность лидерства. В книге "The 21 Irrefutable Laws of Leadership" Джон Максвелл отмечает, что руководитель, обладающий харизмой, способен мотивировать и сплотить команду, а также пробудить к себе доверие и добиться расположения подчиненных и партнеров (Максвелл., 1998). Конечно, харизму необходимо сочетать с другими характеристиками, такими как стратегическое мышление, ответственность и забота о сотрудниках. Примером такого руководителя является Ричард Брэнсон, основатель конгломерата Virgin Group, известный своим харизматичным поведением в сочетании с вниманием к команде. Будучи открыт к новому, обладая приключенческим духом и энтузиазмом, Брэнсон смог собрать вокруг себя талантливых людей, готовых разделять его ценности (Цуприк, 2024).

Ответственность как важнейший элемент лидерства

Ответственность, как важнейший элемент личности любого лидера, подчеркивается во многих научных работах. Джим Коллинз в своей книге "Good to Great" выразил мнение, что успешные лидеры компаний всегда несут личную ответственность за результаты своих решений. Коллинз предполагает, что лучшие лидеры готовы понести всю ответственность за неудачи, при этом хваля команду за успехи (Коллинз, 2001). Исследования в области успешного лидерства также подтверждают, что ответственность напрямую влияет на доверие внутри команды. В 1998 году Дж. Коуз и Дж. Питерсон в своей книге «Психология лидерства» одним из центральных аспектов идеи об успешном лидере выделили именно ответственность руководителя. Лидер, взявший на себя ответственность, может создать более доверительные отношения с подчиненными, сплотить и мотивировать их (Коуз, Питерсон, 1998).

Стратегическое мышление

В условиях резко меняющегося мира бизнеса стратегическое мышление является важным элементом. Руководитель должен не только видеть картину целиком, но и суметь быстро адаптировать компанию к изменяющимся условиям. В книге "The Innovator's Dilemma" Клейтона Кристенсена рассматривается важность стратегического мышления в контексте инноваций и способности лидеров адаптировать свои компании к новым рынкам (Кристенсен, 1997). Одним из самых важных аспектов стратегического мышления является способность к адаптации, где в качестве примера можно привести Стива Джобса, основателя компании Apple, ставшего примером руководителя с ярким стратегическим мышлением. Он был способен предсказать будущие тренды в индустрии технологий и вовремя адаптировать к ним стратегию развития компании на рынке (Мотузов, 2024).

Результаты

1. В ходе нашей работы мы изучили теоретические исследования известных авторов и научную литературу (Крицкая, 2024), также провели интервью с начальником полиции района Бричень. На основании проведенной работы мы составили ТОП самых важных качеств руководителя, необходимых для успешной работы команды.

2. Лидерские качества и харизма. Их необходимость для успешной деятельности мы описали выше, здесь же приведем мнение респондента: «Тяжело, если ты не смог стать истинным лидером своего коллектива. К тебе не будут прислушиваться, а один ты не сможешь выполнить всю работу».

3. Ответственность. Наш респондент также отметил, что всегда чувствует повышенную ответственность за своих подчиненных и их действия.

4. Уверенность в своих решениях. Руководитель должен уметь быстро анализировать положение дел компании и принимать уверенные и правильные решения.

5. Коммуникативные навыки. Умение находить подход к разным людям, в том числе партнерам, также подчеркнул наш собеседник: «Ты должен понимать и уметь общаться не только с сотрудниками, но и с клиентами, конкурентами. Не единожды было, что кто-то из моих ребят не смог договориться о чем-то нужном для нас, тогда мне приходилось все брать в свои руки, и у меня это получалось, потому что я знаю, как договориться о чем-то с разными людьми».

6. Стрессоустойчивость. Все руководители ощущают повышенную психологическую напряженность, им необходимо уметь расслабляться и отдыхать. Наш собеседник отметил, что на работе и дома они стараются отдыхать, хотя и тяжело абстрагироваться от постоянных мыслей о делах. «Руководителю необходимо быть стрессоустойчивым, не переживать по пустякам и отдыхать, иначе будешь вечно нервный и уставший».

7. Умение делегировать. О важности делегирования говорят все лидеры, и каждый должен определить, что в его работе может сделать только он, а что можно поручить другим. Наш собеседник так это прокомментировал: «Сложно думать про все дела сразу, помнить все мелочи, еще и команды раздавать. Поэтому я считаю, что надо давать возможность сотрудникам решить и делать что-то самостоятельно, начальник не может вести все дела одновременно».

8. Умение видеть потенциал других людей. Сидни Финкельштейн в книге «Супербоссы» отмечает, что выдающиеся руководители ищут в подчиненных скрытые таланты, помогая им быстрее развиваться в профессиональной деятельности и повысить производительность команды (Финкельштейн, 2018).

9. Профессиональные качества. Безусловно, успешный руководитель знает процессы работы от и до. Он курирует все технические вопросы и обладает знаниями и компетенциями в сфере деятельности компании.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучив материалы, мы смогли прийти к выводу, что истинный лидер должен совмещать в себе множество личностных качеств. Харизма помогает вдохновлять окружающих, но без стратегического мышления и эмоционального интеллекта, а также ответственности за свои решения и всю команду, руководитель не сможет привести компанию к заметным результатам. Наше небольшое исследование и примеры из литературы подтверждают, что комбинирование этих качеств позволяет лидерам создать успешную, инновационную и устойчивую команду, что приведет к успеху как его лично, так и всей организации в целом.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Гарднер, Г. (1983). *Эмоциональный интеллект и социальная компетенция*.
2. Клейтон, К. (1997). *The Innovator's Dilemma*.
3. Коллинз, Д. (2001). *Good to Great: Why Some Companies Make the Leap... And Others Don't*.
4. Коттер, Д. (1990). *Лидерство и управление изменениями*.
5. Коуз, Д., Питерсон П.Дж. (1998). *Психология лидерства*.
6. Крицкая, М. (2024). *10 качеств эффективного руководителя*. <https://kontur.ru/articles/298>
7. Левин, К. (1951). *Стиль лидерства*.
8. МакГрегор Бернс Дж. (1978). *Трансформационное и транзакционное лидерство*.
9. Максвелл, Д. (1998). *The 21 Irrefutable Laws of Leadership*.
10. Мотузов, Н. (2024). *Чем прославился и почему все любили Стива Джобса*. <https://americanbutler.ru/polezno/persony/steve-jobs>, журнал American Butler
11. Стогдилл, Р. (1974). *Черты личности и лидерство*.
12. Филькештейн, С. (2018). *Супербоссы*.
13. Цуприк Д. (2024). *Ричард Брэнсон: история человека-бренда и его империи Virgin*. <https://vc.ru/marketing/1413040-richard-brenson-istoriya-cheloveka-brenda-i-ego-imperii-virgin>

Coordonator științific: VINOGRADOVA Natalia, dr., conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: vinogradova.natalia@ase.md

QUALITY OF SERVICE PROVISION BASED ON THE STUDY SOROBAN S.R.L

CALITATEA PRESTĂRII SERVICIILOR ÎN BAZA STUDIULUI SOROBAN S.R.L.

BLANARI Carina, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: blanari.carina@ase.md

Abstract: *The quality of service delivery is a key factor in a company's success, influencing customer satisfaction, customer loyalty and reputation in the marketplace. In an increasingly competitive business environment, maintaining high quality standards in service delivery is not only a necessity but also a strategic advantage. Providing efficient and tailor-made services contributes to increasing customer confidence and long-term development of the company. In a competitive educational environment, institutions need to offer not only effective curricula, but also innovative teaching methods, well-trained teachers and resources tailored to the current needs of students. In this context, analyzing the quality of services offered by SOROBAN S.R.L. is essential to identify strengths, opportunities for improvement and strategies through which the company can ensure a high level of satisfaction among its beneficiaries. "Quality is undoubtedly one of the most important requirements of any outcome of the actions undertaken, and any activity aimed at detecting problems, assessing their influence and finding solutions to solve them is, for any educational institution, the key to progress. In addition to performance orientation and increased competitiveness, which are generic requirements, the need to introduce quality management in education is also driven by concrete and immediate requirements, such as: society's demand for efficient and transparent use of public and extra-budgetary resources allocated to education and the creation and development of a culture of quality in education, both in terms of its own staff and among its pupils.*

Keywords: *quality of services delivery, customer satisfactions, management of quality in education, risks in educational environment, teachers*

JEL CLASSIFICATION: M1, M1, M2, M3, M4, M5

INTRODUCERE

Calitatea prestării serviciilor reprezintă un factor esențial pentru succesul unei companii, influențând satisfacția clienților, fidelizarea acestora și consolidarea reputației pe piață. Într-un mediu de afaceri tot mai competitiv, menținerea unor standarde înalte de calitate în prestarea serviciilor nu este doar o necesitate, ci și un avantaj strategic. Oferirea unor servicii eficiente și adaptate cerințelor clienților contribuie la creșterea încrederii acestora și la dezvoltarea pe termen lung a companiei. Într-un mediu educațional competitiv, instituțiile trebuie să ofere nu doar programe de studiu eficiente, ci și metode inovatoare de predare, cadre didactice bine pregătite și resurse adaptate nevoilor actuale ale elevilor. În acest context, analiza calității serviciilor oferite de SOROBAN S.R.L. este esențială pentru a identifica punctele forte, oportunitățile de îmbunătățire și strategiile prin care compania poate asigura un nivel ridicat de satisfacție în rândul beneficiarilor săi. „Calitatea este, fără îndoială, una dintre cerințele cele mai importante ale oricărui rezultat al acțiunilor întreprinse, iar orice activitate menită să depisteze problemele, să le evalueze influența și să găsească soluții pentru a le rezolva constituie, pentru orice instituție de învățământ, cheia progresului. În afară de orientarea spre performanță și creșterea competitivității, care sunt cerințe generice, necesitatea introducerii managementului calității în învățământ este determinată și de cerințe concrete și imediate, cum sunt: cerința societății privind folosirea eficientă și transparentă a resurselor publice și extrabudgetare alocate învățământului și crearea și dezvoltarea unei culturi a calității în învățământ, atât în privința propriului personal, cât și în rândurile elevilor”.

Scopul cercetării constă în analiza calității prestării serviciilor în cadrul SOROBAN S.R.L., evidențiind impactul acesteia asupra satisfacției clienților și competitivității companiei. De asemenea, studiul urmărește identificarea factorilor care influențează calitatea serviciilor, precum și a strategiilor de optimizare a acestora. Totodată, vor fi examinați indicatorii de calitate, pentru a evidenția modalități eficiente de îmbunătățire a serviciilor oferite de companie în contextul unui mediu de afaceri din ce în ce mai competitiv.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Joseph Moses Juran, inginer și consultant în managementul calității a afirmat: „Managementul calității cuprinde trei procese principale de management: planificarea calității, ținerea sub control a calității și îmbunătățirea calității.” Prin urmare, asigurarea calității în sens larg ar include aspecte: tehnice, economice, juridice, ergonomice și psihologice. Funcțiile sale de bază sunt considerate: planificarea, verificarea și ținerea sub control a calității.

Managementul calității permite companiilor să exceleze și verifice nivelul calității, prin instrumente și tehnici bine determinate:

- **Diagrama Pareto** - prezentare grafică a cauzelor diferitor neconformități frecvente în domeniul de activitate variate, clasificate în funcție de ponderea acestora în total.
- **Diagrama cauză-efect** - reprezentare grafică a relațiilor multiple, complexe și sistematice dintre un obiectiv fixat și factorii cu influență asupra lui.
- **Stratificarea** - tehnică utilizată în definirea problemei prin identificarea posibilităților apariției ei.
- **Fișa de control (de verificare)** - formată dintr-un set de activități ordonate într-o succesiune logică de consecutivitate a lor, ce-i orientează pe angajați spre realizarea obiectivelor calității.
- **Histograma (diagrama de distribuție)** - reprezintă grafic dispersia unor valori și se realizează în scopul comparării acestora cu valorile de referință și pentru evidențierea punctelor critice, prioritare pentru îmbunătățire.
- **Diagrama de corelație** - reprezintă grafic relația și nivelul de interdependență dintre două variabile ale unui fenomen comun.

Calitatea prestării serviciilor necesită o abordare amplă, deschisă și inovativă, pentru a putea determina atât punctele forte, cât și neconformitățile, cauzele declanșării acestora și în final elaborarea unei soluții.

Indiferent de tipul de proprietate și forma juridică de organizare, pentru a măsura nivelul de calitate a unei companii este necesară analiza indicatorilor de calitate. Conceptul de calitate în servicii educaționale reprezintă un ansamblu de caracteristici și standarde care asigură îndeplinirea nevoilor și așteptărilor beneficiarilor educației – elevi, studenți, părinți, angajatori și societatea în ansamblu. Drept urmare, această analiză poate fi elaborată prin prisma a 3 categorii de indicatori:

Indicatori de calitate pentru evaluarea profesorului:

-**Eficiența** – se constată balanța dintre salariul primit și numărul de ore efectuate. Drept consecință pentru opțiunea de lecții efectuate în grup salariul este determinat în baza numărului de elevi, așa dar este avantajos pentru profesor înregistrarea numărului maxim de 8 elevi în grup pentru a spori creșterea salariului standard.

-**Eficacitatea** – analiza acestui indicator ne permite remarcarea realizării calitative a sarcinilor necesare în cadrul programului de studii. Drept urmare, se conturează importanța: desfășurarea lecțiilor de 90 de minute conform regulamentului intern, respectarea materialului didactic.

-**Progresul** – reflectă evoluția individuală a fiecărui elev pe parcursul cursurilor de aritmetică mentală Soroban, măsurând gradul de îmbunătățire a abilităților cognitive, viteza și acuratețea calculului mental. Acest indicator este esențial pentru evaluarea eficienței profesorului, deoarece evidențiază capacitatea acestuia de a adapta metodele didactice la nevoile fiecărui cursant, și anume de a reuși sistematizarea materialului de studiu pe parcurs de 2 ani.

-*Reputație* – se conturează prin colectarea recenziilor pozitive de la părinți, care ar putea ulterior duce la o creștere a numărului de elevi în cadrul școlii. Odată cu finalizarea cursului care durează 2 ani fiecare părinte poate exprima recenzia sa asupra profesorului.

Indicatori de calitate pentru satisfacția părinților:

- *Înregistrarea creșterii academice școlare a elevilor* – măsurarea creșterii academice se realizează prin compararea performanțelor inițiale ale elevului cu cele obținute după finalizarea cursurilor, îmbunătățirea la toate disciplinele școlare.

- *Îmbunătățirea relațiilor interpersonale în societate* – elevii dezvoltă nu doar abilități cognitive, ci și abilități de comunicare și colaborare cu colegii.

- *Dezvoltarea logicii și memoriei a elevilor* – se evidențiază creșterea capacității de a rezolva probleme complexe și de a reține informații într-un mod structurat este un semn al succesului în procesul de învățare, iar măsurarea acestui indicator se face prin evaluări periodice care testează abilitatea elevilor de a aplica tehnici de calcul mental.

- *Creșterea vitezei de calcul în imaginative a elevilor* – se măsoară timpul necesar pentru efectuarea unui număr de operații matematice fără erori.

Indicatori de calitate pentru managerul companiei:

- *Creșterea veniturilor din vânzări/ Profitabilitatea companiei* – remarcă succesul financiar al școlii prin analiza veniturilor generate din înscrieri, care sunt verificate prin întocmirea rapoartelor financiare și a dărilor de seamă.

- *Cultura afacerilor în cadrul companiei* – accentuează încurajarea colaborării angajaților, inovației și profesionalismului. Managerul are misiunea de a crea un mediu de lucru motivant, bazat pe respect reciproc, transparență și dezvoltare continuă.

- *Comunicarea persuasivă cu părinții, angajații și alte părți interesate* – se măsoară feedback-ul primit, gradul de implicare a părinților și capacitatea de a răspunde proactiv la nevoile comunității educaționale.

- *Gestiunea riscurilor planificate și potențiale* – ilustrarea identificării și prevenirii riscurilor ce pot afecta activitatea școlii, precum: fluctuațiile economice, schimbările legislative sau scăderea interesului pentru metoda „Soroban”.

- *Competitivitatea* – reflectă poziția școlii pe piața educațională și capacitatea acesteia de a atrage și menține elevi.

Indicatori de calitate pentru elev:

- *Locația*- se evidențiază proximitatea față de domiciliul elevilor influențează decizia părinților de a-i înscrie la cursuri.

- *Relațiile cu alți elevi* – se remarcă atmosfera generală a școlii, activitățile de grup și metodele pedagogice utilizate.

- *Infrastructura școlii: mobilierul, baie, table interactive, material de studii*- calitatea mobilierului, accesul la resurse moderne (table interactive, materiale didactice actualizate) și condițiile generale ale spațiului (curățenie, siguranță, confort) influențează semnificativ experiența de învățare a elevilor.

- *Cultura/atmosfera* – mediu educațional pozitiv, bazat pe respect, susținere și încurajare, stimulează motivația elevilor, unde profesorii trebuie să asigure un climat propice dezvoltării cognitive și emoționale, fără presiune excesivă.

- *Aprecierea meritelor/necriticarea nereușitei* – practicarea încurajării prin recunoașterea progresului și a eforturilor depuse, prin care critica constructivă trebuie să fie orientată spre îmbunătățire, nu descurajare, pentru a menține încrederea și motivația elevilor.

- *Progresul academic* – evaluarea progresului elevilor trebuie să fie realizată pe baza vitezei și acurateței în calculul mental, a capacității de concentrare și a îmbunătățirii gândirii logice, în care să fie măsurate rezultatele elevilor prin software-ul „Soroban Admin”.

Metode de îmbunătățire a indicatorilor de calitate:

Pentru a analiza metode de îmbunătățire a calității prestării serviciilor în cadrul SOROBAN S.R.L. au fost utilizate instrumente precum: *diagrama Pareto* și *diagrama Ishikawa*.

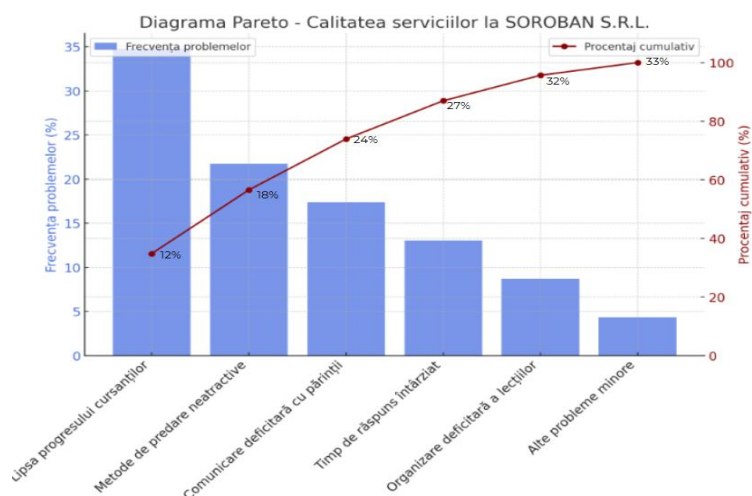


Figura 1. Analiza cauzelor care generează probleme în baza diagramei Pareto

Sursa: Elaborat de autor

Prezența lipsei progresului cursanților, metodelor de predare neatractive și comunicarea deficitară cu părinții reprezintă 75% din reclamații, ceea ce înseamnă că acestea trebuie să fie prioritare pentru îmbunătățirea calității serviciilor. Problemele mai puțin frecvente, și anume: organizarea deficitară a lecțiilor, timp de răspuns întârziat, au un impact mai mic, dar pot fi îmbunătățite treptat. Drept consecință, inducerea unor metode de soluționare eficiente a problemelor constatate, pot diminua 80% din probleme.

Pentru a remedia aceste probleme, este necesară implementarea unor strategii care să asigure monitorizarea și susținerea progresului fiecărui elev: organizarea de sesiuni lunare de instruire pentru profesori, axate pe îmbunătățirea tehnicilor de predare, care vor diminua lipsa progresului cursanților.

O altă problemă existentă este prezența metodelor neatractive de predare. Prin urmare, soluțiile sunt: stimularea învățării prin proiecte de grup, care să încurajeze colaborarea și gândirea critică.

Pentru a soluționa comunicarea deficitară cu părinții, este nevoie să: implementarea unui sistem rapid de răspuns la întrebările și solicitările părinților printr-un canal de comunicare dedicate și organizarea unor întâlniri periodice pentru a discuta evoluția cursanților și eventualele dificultăți întâmpinate.

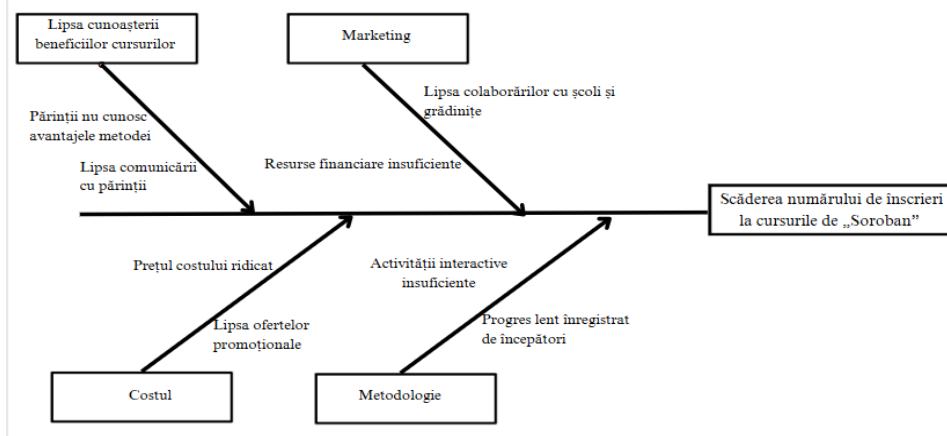


Figura 2. Analiza cauzei apariției problemei de scădere a numărului de înscrieri la cursurile de „Soroban” în baza diagramei Ishikawa

Sursa: Elaborat de autor

În contextul educațional actual, Școala de Aritmetică Mentală „Soroban” se confruntă cu o scădere semnificativă a numărului de înscrieri la cursurile sale destinate copiilor și adolescenților. Această tendință poate avea implicații asupra viitorului programelor educaționale inovatoare bazate pe metoda „Soroban”, motiv pentru care o analiză detaliată a cauzelor și implementarea unor soluții eficiente sunt esențiale.

În urma analizei cauză-efect, au fost identificate patru factori majori care contribuie la această problemă: *lipsa de conștientizare a beneficiilor „Soroban”, setarea marketingului slab, lipsa unui cost accesibil pentru părinți, prezența unei metodologii învechite*. Drept urmare, pentru a contracara această tendință, se impune o abordare strategică integrată, care să includă intensificarea campaniilor de promovare în mediul digital, consolidarea parteneriatelor cu instituțiile de învățământ, diversificarea ofertei educaționale prin metode interactive și gamificate, precum și implementarea unor politici flexibile de preț. De asemenea, implicarea activă a părinților în procesul educațional poate avea un impact semnificativ asupra retenției și progresului elevilor.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Studiul realizat privind calitatea prestării serviciilor companiei SOROBAN S.R.L. subliniază importanța metodologiei Soroban în dezvoltarea abilităților cognitive și sociale ale elevilor, precum și impactul acesteia asupra performanțelor academice și personale. Indicatorii de calitate analizați – creșterea academică a elevilor, îmbunătățirea relațiilor interpersonale, dezvoltarea logicii și memoriei, și creșterea vitezei de calcul – reflectă succesul acestei metode în formarea unei noi generații capabile să aplice tehnici avansate de calcul mental și să-și îmbunătățească abilitățile de gândire critică. Prin urmare, rezultatele studiului evidențiază faptul că satisfacția părinților este un factor esențial în evaluarea serviciilor, iar feedback-ul constant din partea acestora este un instrument valoros pentru îmbunătățirea continuă a procesului educativ. Aceste concluzii subliniază rolul vital al companiei SOROBAN S.R.L. în educația de calitate, care nu doar că influențează în mod direct dezvoltarea elevilor. Prin urmare, în anul 2024 au câștigat locuri de frunte și mențiuni 29 de elevi ai Școlii de aritmetică Mentală „Soroban” în cadrul Olimpiadei Republicane de Matematică, 263 de elevi au câștigat „Premiul Mare” în cadrul Olimpiadei Internaționale „Soroban”, în care participă elevi din 7 țări. În consecință, consolidându-și reputația de lider în educația prin aritmetică mentală, și continue să prioritizeze satisfacția părinților și progresul elevilor, oferind un cadru educațional eficient și de înaltă calitate.

Chestionar:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfB1WnC5GFyC2MdYasryIMGQ5a1xuev_a8LaIA0C1dbS_JFBw/viewform?usp=header

REFERINȚE:

1. *Managementul calității sistemului educațional din Republica Moldova: teorie și metodologie* (n.d.). https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Managementul%20calitatii%20sistemului%20educational%20din%20RM_teorie%20si%20metodologie.pdf
2. *Școala de Aritmetică Mentală „Soroban” S.R.L. din Republica Moldova* (n.d.). Disponibil: <https://soroban.md>

Coordonator științific: ȚURCANU Gheorghe, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: gheorhe.turcanu@gmail.com

PROFESSIONAL BALANCE AND MENTAL HEALTH OF EMPLOYEES

ECHILIBRUL PROFESIONAL ȘI SĂNĂTATEA MINTALĂ A ANGAJAȚILOR

ȚEPORDEI Andreea, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: tepordei.andreea@ase.md

Abstract: *Living in a world full of frequent changes both personally and at work, the demands are increasing. Maintaining a healthy balance between work responsibilities and personal life is becoming a key determinant of employees' mental health. Chronic stress, overwork and lack of personal time can lead to emotional fatigue, reduced productivity and even mental health problems. This is why it is important for organizations to identify solutions to maintain an optimal balance to support employee mental health and performance. This balance not only improves quality of life but also contributes to the long-term success of companies.*

Keywords: *professional balance, mental health, employees*

JEL CLASSIFICATION: J28, I10, M54

INTRODUCERE

Echilibrul profesional și sănătatea mintală a angajaților au devenit aspecte tot mai importante în societatea modernă. Stresul cronic, suprasolicitarea și lipsa timpului personal conduc la oboseală emoțională, scăderea productivității și chiar la apariția unor afecțiuni psihice. De aceea, este important ca organizațiile să identifice soluții de menținere a unui echilibru optim, pentru a sprijini sănătatea mintală și performanța angajaților. Acest echilibru nu doar că îmbunătățește calitatea vieții, dar contribuie și la succesul pe termen lung al companiilor.

Scopul cercetării constă în determinarea importanței echilibrului profesional și a sănătății mintale a angajaților, cât și a influenței acestora asupra angajaților și performanței la locul de muncă. De asemenea, identificarea riscurilor majore asupra sănătății mintale, a unor idei de sporire a bunăstării angajaților, care pot fi aplicate în practică prin oferirea unor exemple concrete.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Echilibrul profesional este definit ca fiind o stare psihoemoțională de bine în cariera angajatului, fiind un subiect care vine să valorifice conceptul din perspectiva diversității realităților socioculturale și organizaționale. Astfel, echilibrul profesional evidențiază natura calitativă a angajamentelor și deciziilor profesionale, a antrenării potențialului uman în organizație și a nivelului de performanță în cadrul activităților profesionale realizate, integrând factori personali, profesionali și de mediu, care condiționează starea de bine în activitățile profesionale ordinare (Zubenschi, 2021).

Acest echilibru este un factor esențial în menținerea sănătății mintale a fiecărui angajat. Or, în momentul în care angajatul se simte bine, acesta muncește productiv oferind rezultate remarcabile, însă odată ce este pus în fața unor provocări, se întâmplă ca echilibrul profesional, dar și sănătatea mintală să fie afectate, iar îndeplinirea sarcinilor la locul de muncă să devină tot mai dificilă.

Potrivit Organizației Mondiale a Sănătății “La nivel global, se estimează că 12 miliarde de zile lucrătoare sunt pierdute în fiecare an din cauza depresiei și anxietății la un cost de 1 trilion de dolari pe an în pierderea productivității” (World Health Organisation, 2024), iar **printre principalele riscuri pentru sănătatea mintală** se dovedesc a fi: stresul, suprasolicitarea, discriminarea, nesiguranța la locul de muncă, ore lungi și nesociale, burnout, cultura organizațională etc.

Stresul poate fi considerat drept o reacție la diferite situații și stimuli din mediul înconjurător. Această stare implică atât reacții fizice, cât și psihologice. Un nivel redus de stres poate avea chiar un efect pozitiv asupra performanței, motivând persoana să realizeze sarcinile la timp și rapid. Însă, un nivel mai ridicat de stres poate cauza probleme de sănătate mintală și fizică. Ulterior, poate spori riscul de burnout: o epuizare emoțională, fizică, în care angajatul își pierde motivația de a munci, de a îndeplini sarcini zilnice simple.

Cultura organizațională negativă poate deveni un risc pentru sănătatea mintală a angajaților atunci când aceștia sunt supuși unei presiuni constante din partea conducerii sau a colegilor, nu sunt apreciați și nu sunt sprijiniți în realizarea sarcinilor, lipsa unui feedback clar și regulat din partea managerilor, etc. Acești factori pot crea tensiuni între angajați, un mediu nesigur de muncă care dăunează atât angajaților, cât și însăși companiei.

Orele lungi și nesociale conduc la suprasolicitarea angajaților și la apariția diferitor boli, fiind un fenomen des întâlnit în țări precum Mexic, Coreea, Japonia. De exemplu, în Japonia este dificil de a lua o pauză, concediu sau a demisiona, deoarece este considerată o lipsă de respect față de angajator. Astfel angajații ajung să lucreze între 80-100 de ore suplimentare pe lună, uneori fiind neplătite. De aceea, se întâmplă ca organizațiile ajung să stingă toate luminile de la birou înainte de ora 22:00, ca măsură pentru a reduce suprasolicitarea la locul de muncă. (Japan Dev, 2023)

Echilibrul profesional joacă un rol esențial în bunăstarea angajaților, iar diferențele dintre țări reflectă politicile și condițiile de muncă specifice fiecărui stat; analiza de mai jos ilustrează clasamentul pentru 60 țări privind numărul mediu de ore lucrate pe săptămână per persoană angajată, evidențiind diferențele dintre țări (figura 1), (Remote, 2024).

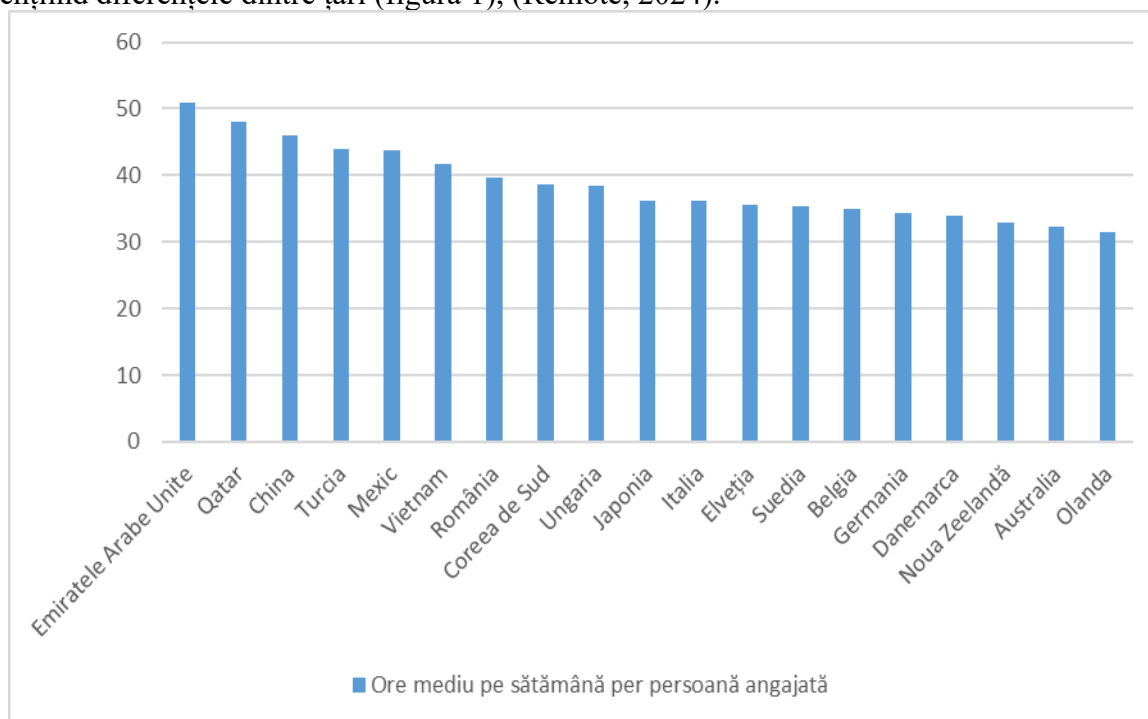


Figura 1. Analiza numărului de ore mediu pe săptămână per persoană angajată, 2024

Sursa: elaborat de autor în baza (Remote, 2024)

Studiul efectuat pentru 60 țări, după numărul de ore mediu pe săptămână per persoană angajată, arată că în Emiratele Arabe Unite angajații lucrează în mediu 50,93 ore, urmată de Qatar cu 48 ore și China cu aproape 46 ore. De partea cealaltă se află Olanda, în care oamenii muncesc în mediu 31,55 ore pe săptămână, urmată de Australia cu 32,29 ore. Totuși, conform scorului index obținut pe baza unor criterii precum concediul anual legal, orele lucrate per angajat, Noua Zeelandă ocupă primul loc printre țările cu cel mai bun echilibru între viața profesională și cea privată în 2024, obținând 80,76 puncte din 100, urmată de Irlanda cu 77,89 puncte și Belgia cu 73,45 puncte (Remote, 2024).

Un loc de muncă sigur și favorabil asigură bunăstarea angajaților, dar și sursă de motivare. Pentru a asigura un loc de muncă favorabil sănătății mintale este recomandată abordarea 1 – 2 – 3 – 4 – 5, care constă în (Ministerul Sănătății al Republicii Moldova & Mensana, n.d.):

1. *Implicați*. Conducerea trebuie să demonstreze angajament privind gestionarea riscurilor psihosociale pentru ca angajații să se simtă confortabil să colaboreze. Poate fi creat un comitet alcătuit din persoane de toate nivelurile, pentru ca toți să se simtă reprezentanți în procesul decizional în colectiv.

2. *Analizați*. Pentru a înțelege mai bine situația în organizație, se organizează un sondaj în care se cere părerea angajaților privind abordarea procesului de lucru. Este important să se păstreze confidențialitatea datelor și siguranța angajaților fără teama unor consecințe negative.

3. *Gândiți strategic*. Este necesar elaborarea unui plan de acțiuni în care sunt identificate problemele, sunt stabilite scopurile și pașii pentru a atinge aceste obiective.

4. *Implementați*. Executarea pașilor stabiliți, dar și adaptarea obiectivelor vor contribui la realizarea unui loc de muncă favorabil.

5. *Reacționați*. Sunt urmărite schimbările și impactul acțiunilor întreprinse, iar la necesitatea au loc ajustări pentru realizarea celor propuse.

Pentru a spori productivitatea angajaților este important ca managerii, sau conducerea organizației să asigure un mediu favorabil sănătății mintale angajaților prin diverse moduri :

- *Promovarea unei culturi organizaționale sănătoase* – încurajarea comunicării deschise între colegi și superiori, oferirea și respectarea timpului liber al angajaților, dar și oferirea posibilității de un program flexibil. De exemplu, compania Zalando, încurajează angajații să-și exprime opinia în mod direct. De două ori pe an este efectuat un sondaj intern în care angajații sunt întrebați cât sunt de mulțumiți la locul de muncă și discută despre grijile acestora (Zalando, n.d.).

- *Oferirea de programme de îmbunătățire a sănătății* – organizarea activități de team-building, fie ședințe cu specialiști precum ar fi un psiholog. Compania Rakuten din Japonia invită diverși experți să prezinte sfaturi concrete și practice pentru îmbunătățirea stării de bine. Totodată, oferă angajaților și a familiilor acestora informații despre sănătate, diverse controale pentru prevenirea bolilor, dar și acces la facilități de exerciții și recreere. Au loc regulat evenimente precum cursuri de yoga, stretching (Rakuten, n.d.). De asemenea, compania Zalando dispune de serviciul de consiliere psihologică în cooperare cu Institutul Fürstenberg pentru toți angajații gratuit și non-stop. “În funcție de locație, există și asistenți sociali din companie care sunt la îndemână pentru a ajuta angajații cu orice le este în minte.” (Zalando, n.d.).

- *Asigurarea unui mediu favorabil* – prevenirea discriminării, inegalității dintre angajați, asigurarea angajaților cu necesarul pentru o muncă efectivă. Compania Naver din Coreea oferă angajaților instrumente de lucru precum laptopuri, tablete și monitoare la alegere. De asemenea, sunt încurajați să studieze limbi străine. Sunt oferite oportunități de învățare și creștere individuală, instruire pentru angajații noi cu mentorat 1:1. Angajații sunt finanțați integral pentru participarea la conferințe, forumuri și conferințe academice (Naver, n.d.).

- *Crearea unui program flexibil* – oferirea posibilității de a lucra de acasă, fie de a beneficia de un program flexibil care să-i permită angajatului să vină la muncă la ora dorită, dar să muncească același număr de ore. De asemenea, posibilitatea de a lua o pauză atunci când are nevoie. Compania Zalando din Germania oferă angajaților modele flexibile de ture (precum ture parentale adaptate orelor de la creșă locală) (Zalando, n.d.). Angajații companiei Naver “pot lucra oricând între orele 06:00 și 22:00 în zilele lucrătoare, fără oră fixă pentru a veni sau a pleca de la serviciu și pot alege în fiecare an între „Type_O (Munca de birou)”, unde angajații vin la birou de cel puțin 3 ori pe săptămână, sau „Type_R (Munca de la distanță)”, unde angajații lucrează de la distanță. Angajații cu copii de școală elementară pot avea până la 2 ore reduse din programul zilnic de lucru pentru a echilibra munca și îngrijirea copiilor (până la 1 an pe parcursul angajării).” (Naver, n.d.).

• *Amenajarea unor spații de recreere* – amenajarea unor săli de odihnă și meditare, fie săli de joc pentru ca angajații să se recreeze jucând tenis de masă, etc. De exemplu, compania Spotify cu sediul la Stockholm are o sală de teatru în care sunt găzduite diverse evenimente precum petreceri, sesiuni de film, prezentări. Angajații pot petrece timpul liber pe acoperișul Spotify unde au parte de priveliști uimitoare ale orașului, dar și camera de meșteșuguri, având rechizitele necesare pentru lucrări. O altă activitate pentru angajați este karaoke, unde își pot încerca talentul. (Spotify, 2018).

CONCLUZII

Echilibrul profesional și sănătatea mintală a angajaților influențează direct bunăstarea acestora, iar riscurile la care sunt supuși zilnic afectează negativ, conducând la scăderea productivității și la creșterea costurilor pentru organizații. De aceea, în prezent, se pune accent pe promovarea unor valori culturale care să susțină, să motiveze angajații, dar și să-i ajute să mențină echilibrul profesional, oferindu-le numeroase facilități la locul de muncă. Investiția în bunăstarea angajaților devine o prioritate și o strategie pe termen lung pentru succesul companiilor.

REFERINȚE:

1. Ministerul Sănătății al Republicii Moldova, & Mensana. (n.d.). *Sănătatea mintală și starea de bine la locul de muncă*. https://sanatatemintala.usmf.md/sites/default/files/inline-files/GHID-Sanatatea-mintala-si-starea-de-bine-la-locul-de-munca-F1-INTERACTIV-min_0.pdf.
2. Naver. (n.d.). *Benefits*. : <https://recruit.navercorp.com/cnts/benefits?lang=en#>.
3. Rakuten. (n.d.). *Health, Safety & Wellness* <https://global.rakuten.com/corp/sustainability/wellness/>.
4. Remote. (2024). *Indicele global al echilibrului între viață și muncă 2024* <https://remote.com/resources/research/global-life-work-balance-index>.
5. Spotify. (2018). *Step inside Spotify's Colorful and Creative Stockholm HQ* <https://newsroom.spotify.com/2018-11-28/step-inside-spotifys-colorful-and-creative-stockholm-hq/>.
6. World Health Organisation (2024). *Mental health at work*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-at-work>.
7. Zalando. (n.d.). *Working at Zalando Logistics: salary, benefits and healthcare*. <https://corporate.zalando.com/en/convenience/working-zalando-logistics-salary-benefits-and-healthcare>.
8. Zubenschi, M. (2021). *Ancorele carierei ca factor de asigurare a echilibrului profesional. Teză de doctor în psihologie*. http://www.cnaa.md/files/theses/2021/56998/mariana_zubenschi_thesis.pdf. Accesat la 21 martie 2025.

Coordonator științific: HĂBĂȘESCU Mariana, asist. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: habasescu.mariana.mihail@ase.md

ANALYZING THE ACTIVITY AND EVOLUTION OF COMPANIES IN THE FINANCIAL BANKING SYSTEM FROM A MANAGERIAL PERSPECTIVE

ANALIZA ACTIVITĂȚII ȘI EVOLUȚIEI COMPANIILOR DIN SISTEMUL FINANCIAR BANCAR O PERSPECTIVĂ MANAGERIALĂ

CONDRU Mihail, student, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: condru.mihail@ase.md

Abstract: În ultimul deceniu, sistemul financiar-bancar al Republicii Moldova a suferit transformări semnificative, influențate de globalizare și integrarea economică. Instituțiile bancare au fost nevoite să se adapteze rapid la noile reglementări legislative și standardele internaționale, în special în contextul implementării măsurilor de conformitate europeană. Schimbările legislative, inclusiv adoptarea normelor europene, precum directivele privind transparența și gestionarea riscurilor, au impus o modernizare profundă a structurii băncilor, dar și restructurări interne semnificative. Managerii au întâmpinat dificultăți legate de implementarea noilor reglementări, inclusiv lipsa resurselor și incertitudinile legislative. Cu toate acestea, feedback-ul acestora sugerează că investițiile în tehnologie și formarea continuă a personalului au contribuit la o adaptare eficientă. Transformările digitale au fost esențiale pentru modernizarea serviciilor bancare, iar re-configurarea managementului riscurilor a consolidat stabilitatea financiară. Pe termen mediu și lung, implementarea acestor măsuri se preconizează a aduce beneficii semnificative, inclusiv creșterea competitivității pe piața europeană și consolidarea încrederii investitorilor.

Cuvinte cheie: sistemul bancar, perspective manageriale, cadrul legislativ, normele europene.

JEL CLASSIFICATION: M1, M16, M48

INTRODUCERE

În contextul globalizării și al integrării economice, sistemul financiar-bancar al Republicii Moldova a cunoscut transformări majore în ultimul deceniu. Instituțiile bancare locale au trebuit să se adapteze rapid la noile cerințe legislative și la standardele internaționale, în special în lumina adoptării unor măsuri de conformitate europeană. Schimbările de reglementare, implementarea tehnologiilor digitale și restructurările manageriale au impus băncilor nu doar modernizarea operațională, ci și o reorientare strategică profundă. Acest articol își propune să analizeze aceste evoluții din punct de vedere managerial, evidențiind influența legislației, dificultățile întâmpinate, feedback-ul managerilor și perspectivele de viitor.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Evoluția cadrului legislativ în domeniul bancar

În anul 2001, Republica Moldova a adoptat Legea nr. 771/2001 privind regimul bancar, stabilind pentru prima dată un cadru legal coerent pentru funcționarea instituțiilor financiare din țară. Această lege a reprezentat piatra de temelie pentru modernizarea sectorului și a fost ulterior actualizată pentru a reflecta noile cerințe impuse de standardele internaționale.

În 2015, pentru a se alinia la cerințele Basel III și la directivele Uniunii Europene privind transparența și gestionarea riscurilor, au fost introduse modificări semnificative în legislația bancară (BNM, 2024). Aceste modificări au avut ca scop îmbunătățirea capitalizării instituțiilor și a monitorizării riscurilor de credit și de piață.

Adoptarea normelor europene și deadline-uri de implementare

O altă etapă importantă a fost adoptarea Legii nr. 105/2018, care impune implementarea conformităților europene în sectorul financiar. Această lege prevede un calendar clar de tranziție, cu deadline-uri pentru alinierea la normele europene, majoritatea fiind de implementat până la sfârșitul anului 2023 (BNM, 2018). Deși legea a fost adoptată și comunicată în termeni clari, implementarea integrală a anumitor prevederi încă se află în stadiu de tranziție, generând incertitudini și solicitări suplimentare în rândul instituțiilor bancare.

Principalele standarde și directive europene

În plus față de modificările legislative naționale, băncile din RM au trebuit să se conformeze unor standarde europene importante, cum ar fi:

➤ **Directiva privind transparența** – impune publicarea periodică a datelor financiare și de performanță.

➤ **Regulamentul privind gestionarea riscurilor** – stabilește proceduri stricte de identificare, evaluare și monitorizare a riscurilor bancare.

➤ **Normele anti-spălare de bani și combaterea finanțării terorismului** – reglementări care au fost integrate în legislația națională prin adaptări succesive (BNM, 2024).

Aceste directive și reglementări europene au contribuit la creșterea nivelului de încredere al investitorilor și la consolidarea reputației băncilor moldovenești pe piața internațională.

Impactul legislației asupra activităților manageriale

Schimbări strategice și reorganizare internă

Adoptarea noilor reglementări a impus băncilor să-și regândească structurile organizaționale. Managerii au fost nevoiți să implementeze departamente specializate în conformitate și managementul riscurilor, precum și să investească în tehnologie și formare profesională. Un exemplu relevant este restructurarea internă a Maib, unde, în urma adoptării normelor din 2015, s-a creat o divizie dedicată gestionării riscurilor și conformității, pentru a asigura o aliniere rapidă la noile standarde (Maib, 2024).

Problemele întâmpinate de manageri

Deși noile reglementări au avut un impact pozitiv pe termen lung, inițial au generat dificultăți semnificative. Managerii s-au confruntat cu:

➤ **Lipsa resurselor tehnice și umane:** Implementarea noilor sisteme de raportare și monitorizare a necesitat investiții majore în infrastructura IT și formarea personalului.

➤ **Incertitudini legislative:** Schimbările frecvente ale cadrului legislativ au condus la confuzie, mai ales în perioada de tranziție, când unele prevederi adoptate (precum anumite directive privind transparența) nu erau încă aplicabile în practică, având deadline-uri stabilite pentru finalizare (ProCredit Bank, 2020).

➤ **Rezistența la schimbare:** În unele instituții, schimbările manageriale au întâmpinat rezistență din partea angajaților, care erau obișnuiți cu procedurile anterioare.

Într-o postare de pe LinkedIn, directorul executiv al ProCredit Bank Moldova a remarcat că „provocările legislative au impus o tranziție dificilă, însă pe termen mediu aceste măsuri vor conduce la un sistem bancar mult mai transparent și eficient” (LinkedIn ProCredit, 2021).

REZULTATELE CERCETĂRII

Feedback-ul din partea managerilor și al instituțiilor

Feedback-ul oferit de managerii din sectorul bancar reflectă o percepție complexă: pe de o parte, există recunoașterea necesității adoptării unor practici moderne de guvernare și conformitate, iar pe de altă parte, se evidențiază provocările concrete ale implementării. Un studiu realizat de Institutul de Studii Economice (IBN) arată că peste 65% dintre managerii bancari consideră că noile reglementări sunt esențiale pentru competitivitatea pe termen lung, însă aproape 40% au raportat dificultăți operaționale în adaptarea la cerințele legislative (IBN, 2020).

Managerii au subliniat în mod repetat necesitatea unui dialog continuu cu autoritățile de reglementare, pentru a ajusta termenele de implementare și pentru a asigura o tranziție lină. De exemplu, în cadrul unei conferințe organizate de Asociația Băncilor din Moldova (ABM), s-a discutat deschis despre necesitatea unor sesiuni de training și asistență tehnică dedicate, pentru a facilita implementarea noilor norme (ABM, 2021).

Transformarea digitală și managementul riscurilor
Modernizarea tehnologică a instituțiilor bancare

Un aspect esențial al transformărilor manageriale a fost digitalizarea proceselor. Băncile au investit în dezvoltarea de platforme online și aplicații mobile pentru a răspunde cerințelor unei cliențe tot mai digitale. Victoriabank, de exemplu, a implementat o serie de inovații tehnologice începând cu 2010, modernizându-și serviciile și reducând semnificativ timpul de procesare a tranzacțiilor (Victoriabank, 2024).

Aceste schimbări tehnologice nu au fost doar o adaptare la cerințele pieței, ci și un răspuns direct la noile reglementări privind transparența și raportarea financiară. Sistemele informatice moderne permit monitorizarea în timp real a performanței operaționale și o mai bună gestionare a riscurilor, aspect esențial pentru menținerea stabilității financiare.

Reconfigurarea managementului riscurilor

Studiul de caz realizat asupra B.C. "Moldindconbank" S.A. evidențiază modul în care implementarea unui sistem integrat de management al riscurilor a contribuit la stabilizarea activității bancare. Lucrarea „Managementul riscurilor bancare în condițiile Republicii Moldova” prezintă schimbările operaționale majore, care au implicat nu doar actualizarea sistemelor IT, ci și formarea continuă a personalului și crearea unor comitete specializate (Repository UTM, 2020).

Aceste măsuri au fost necesare pentru a face față volatilității pieței și pentru a se conforma standardelor internaționale. Totodată, feedback-ul managerial a indicat că restructurarea departamentelor de risc a fost unul dintre cei mai dificili pași, dar și unul dintre cei mai benefic pentru consolidarea poziției băncii.

Comunicarea managerială și influența rețelelor sociale
Rolul rețelelor sociale în transmiterea schimbărilor

În era digitală, rețelele sociale joacă un rol crucial în comunicarea schimbărilor manageriale și în consolidarea imaginii instituționale. Pe paginile oficiale ale băncilor, precum cele de pe Facebook și LinkedIn, managerii își exprimă în mod transparent opiniile și planurile de viitor. De exemplu, pe pagina oficială de Facebook a Asociației Băncilor din Moldova se postează periodic actualizări referitoare la implementarea noilor reglementări și la feedback-ul primit din partea sectorului (ABM Facebook, 2021).

Postările de pe LinkedIn ale directorilor executivi evidențiază modul în care noile strategii de management au fost dezvoltate și adaptate la schimbările legislative. Un exemplu este declarația publicată în 2021 de către ProCredit Bank Moldova, în care se sublinia importanța digitalizării și a creșterii capacității de gestionare a riscurilor ca răspuns la provocările legislative (LinkedIn ProCredit, 2021).

Feedback-ul în timp real și perspectivele de viitor

Feedback-ul managerilor nu a fost doar reactiv, ci și proactiv. Mulți dintre aceștia au evidențiat că, pe termen lung, investițiile în tehnologie și adaptarea la noile norme vor asigura nu doar conformitatea, ci și o competitivitate sporită pe piața europeană. Într-un interviu acordat unui portal de specialitate, un expert în management bancar a afirmat că „adaptarea la standardele europene este un pas inevitabil și benefic, chiar dacă pe termen scurt presupune costuri și eforturi suplimentare” (IBN, 2020).

Astfel, deși perioada de tranziție a fost marcată de dificultăți, majoritatea managerilor sunt de părere că rezultatele pe termen mediu și lung vor aduce beneficii semnificative, atât în ceea ce privește consolidarea încrederii investitorilor, cât și în optimizarea operațiunilor interne.

CONCLUZII

Analiza activităților manageriale din sistemul financiar-bancar al Republicii Moldova arată clar că transformările din ultimul deceniu au fost determinate de un dublu impuls: necesitatea de a se conforma la reglementările europene și de a adopta tehnologii moderne pentru a rămâne competitiv pe o piață globală. Implementarea legislației – precum Legea nr. 771/2001 și Legea nr. 105/2018 – a impus băncilor să își reorganizeze structurile interne și să investească semnificativ în digitalizare și managementul riscurilor. Feedback-ul managerial a evidențiat, în mod clar, provocările întâmpinate la începutul implementării noilor reglementări, inclusiv lipsa resurselor tehnice, rezistența la schimbare și incertitudinile legislative. Totuși, experiența acumulată în această perioadă de tranziție a condus la dezvoltarea unor practici manageriale moderne, care nu doar că asigură conformitatea, dar și îmbunătățesc performanța operațională și transparența instituțiilor bancare.

În concluzie, evoluția sistemului bancar moldovenesc este rezultatul unei sinergii între adaptarea legislativă, inovația tehnologică și o restructurare managerială profundă. Perspectivele viitoare, susținute de implementarea completă a noilor reglementări și de feedback-ul pozitiv din partea sectorului, indică o continuare a trendului de modernizare și consolidare a poziției pe piața europeană. Astfel, deși provocările inițiale au fost semnificative, experiența acumulată în gestionarea acestora oferă o bază solidă pentru o dezvoltare sustenabilă și competitivă în anii următori.

REFERINȚE

1. ABM – Asociația Băncilor din Moldova. (n.d.). Comunicate și actualizări din cadrul conferințelor de presă privind reglementările și feedback-ul managerilor. https://www.facebook.com/abmoldova/?utm_source=chatgpt.com
2. BNM – Banca Națională a Moldovei. (2024). Date și rapoarte oficiale privind evoluția sistemului bancar <https://bnm.md>
3. IBN – Institutul de Studii Economice. (n.d.). Practici și tendințe în managementul bancar internațional și Republica Moldova. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/164-169_0.pdf?utm_source=chatgpt.com
4. Legea nr. 105/2018 – Implementarea conformităților europene în sectorul financiar. Informații actualizate și deadline-uri de implementare. <https://bnm.md>
5. LinkedIn (n.d.). ProCredit Bank Moldova. Postări și declarații ale directorilor executivi privind inovația și managementul riscurilor. <https://www.linkedin.com/company/procreditbankmoldova>
6. Maib (n.d.). Istoric și evoluție. Descrierea transformărilor organizaționale post-2015. https://www.maib.md/ro/maib/istoric?utm_source=chatgpt.com
7. ProCredit Bank Moldova (n.d.). Feedback managerial. Declarații privind impactul reglementărilor asupra operațiunilor. https://www.procreditbank.md/files/docs/2024/Versiunea%20prescurtată%20a%20strategiei%20pentru%20pagina%20web.pdf?utm_source=chatgpt.com
8. Victoriabank (n.d.). Istori și inovații tehnologice. Evoluția instituției și implementarea soluțiilor digitale. https://www.victoriabank.md/language/en/noutati/2024/victoriabank-35-ani-moldova?utm_source=chatgpt.com

Coordonator științific: STOIAN Eugeniu, drd., asist. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: stoian@ase.md

ORANGE SA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INITIATIVES

INIȚIATIVE DE RESPONSABILITATE SOCIAL CORPORATIVĂ A COMPANIEI ORANGE SA

CONDRU Nicolae, student, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: condru.nicolae@ase.md

Abstract. Responsabilitatea socială corporativă (RSC) reprezintă un element esențial în strategia de dezvoltare sustenabilă a companiei Orange SA. Prin diverse inițiative, Orange sprijină educația digitală, protecția mediului și incluziunea socială, având un impact pozitiv asupra comunităților în care operează. Programe precum „Digitaliada” contribuie la dezvoltarea competențelor digitale ale elevilor, în timp ce inițiativele de reducere a amprentei de carbon reflectă angajamentul companiei față de sustenabilitate. De asemenea, Orange promovează diversitatea și incluziunea prin proiecte dedicate grupurilor vulnerabile. Acest articol analizează principalele direcții ale strategiei RSC a companiei, evidențiind impactul inițiativelor asupra societății și economiei. În concluzie, implicarea activă a Orange SA în responsabilitatea socială demonstrează angajamentul său față de dezvoltarea durabilă și inovarea socială.

Cuvinte cheie: responsabilitatea socială, compania Orange, companii, responsabilitatea social corporativă

JEL CLASSIFICATION: M1, M10

INTRODUCERE

În Moldova, ultimii ani au fost marcați de creșterea gradului de conștientizare a companiilor cu privire la rolul lor în dezvoltarea socială. Crearea rețelei Global Compact Moldova (PGM), precum și creșterea numărului de companii care au aderat la PGM sunt o dovadă în acest sens. În timp ce filantropia este deja adânc înrădăcinată în cultura de afaceri moldovenească, majoritatea companiilor mai au încă un drum lung de parcurs până la adoptarea și implementarea practicilor de RSI (Averin, 2009). Prevalența practicilor filantropice în raport cu practicile de RSI este parțial explicată de relația dintre stat și sectorul privat stabilită în ultimii 20 de ani. Astfel, în mod tradițional, întreprinderilor li s-a „cerut” să facă donații pentru diverse proiecte prioritizate de autoritățile publice centrale și locale și, ca urmare, agenții economici au ajuns să perceapă filantropia ca pe un „impozit” pe care îl plătesc societății pentru activitatea pe care o desfășoară. (Aleksandrova, 2008)

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Responsabilitatea socială a întreprinderilor este unul dintre subiectele cele mai actuale și mai discutate atât în mediul academic, cât și în rândul elitelor politice și de afaceri. Se produc schimbări care necesită un nivel mai ridicat de adaptare a producerii la schimbările sociale. În acest sens, fundamentele teoretice ale managementului și instrumentele sale sunt regândite. (Responsabilitatea socială corporativă în republica moldova, n.d.)

Sunt numeroase definiții ale responsabilității sociale a organizațiilor în practica internațională, ceea ce face posibilă interpretarea termenului "responsabilitate socială a afacerilor" (Evaluarea Responsabilității Sociale Corporative în Moldova, n.d.) în diferite moduri. Putem să ne referim la definițiile date de cele mai prestigioase organizații care se ocupă de aspecte legate de RSC în diferite țări. Comisia Europeană definește responsabilitatea socială a întreprinderilor ca fiind un concept care reflectă decizia unei întreprinderi de a participa în mod voluntar la procesele de îmbunătățire a societății și de protejare a mediului. În interpretarea International Business Leaders Forum, responsabilitatea socială a întreprinderilor este înțeleasă ca încurajarea responsabilității în domeniul eticii

în afaceri, care aduce beneficii atât pentru întreprinderi, cât și pentru societate. De asemenea, aceasta contribuie la dezvoltarea socială, economică și de mediu prin creșterea impactului pozitiv al afacerilor asupra societății și minimizarea celui negativ.

Orange SA este un furnizor de servicii integrate de telecomunicații. Compania oferă servicii de telefonie fixă și mobilă, transmisie de date, telecomunicații mobile, linii închiriate, televiziune, internet și aplicații wireless și servicii de radiodifuziune, precum și alte servicii cu valoare adăugată, inclusiv servicii financiare mobile. De asemenea, oferă o gamă de servicii de gestionare a conținutului online prin intermediul filialei sale, Orange Studio. De asemenea, Orange vinde telefoane mobile, echipamente de bandă largă, dispozitive conectate și accesorii. Compania deservește o gamă largă de clienți casnici și de afaceri, precum și alți operatori de telecomunicații. Are operațiuni comerciale în Asia-Pacific, Europa, America, Orientul Mijlociu și Africa. Orange are sediul central în Paris, Ile-de-France, Franța. (Programe de responsabilitate socială în cadrul companiei Orange Moldova, n.d.)

Lideri de piață după volumul vânzărilor pentru 2023

Activități de comunicații electronice prin rețele fără cablu (exclusiv prin satelit)

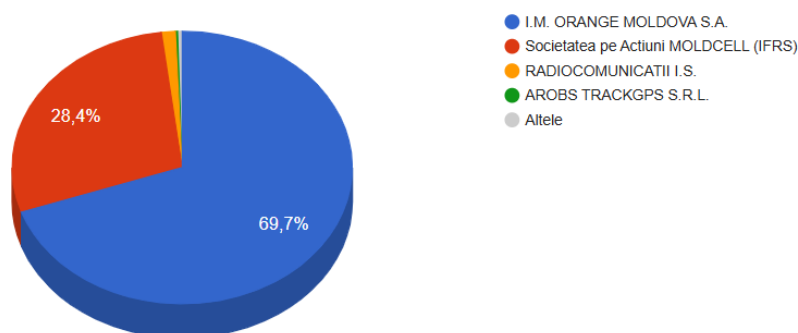


Figura. 1. Cota de piață după volumul de vânzări

Sursa: elaborat de autor

În figura 1. autorul reprezintă cota de piață pe baza volumului de vânzări a companiei analizate dar și concurenții principali pe piața de telefonie mobilă. După cum putem observa compania Orange ocupă 69,7% din piață și sunt liderii în telefonie mobilă. Pe al doilea loc se află compania Moldcell care sunt concurenții direcți a companiei analizate. (Informații generale despre activitatea companiei SA Orange, n.d.)

REZULTATELE

Orange Moldova este recunoscut ca fiind operatorul numărul unu în Moldova în domeniul responsabilității sociale corporative, având cele mai mari investiții în dezvoltarea proiectelor sociale din sectorul educației și al ocrotirii sănătății. În urmă cu cinci ani, compania a înființat propria fundație de binefacere, prin intermediul căreia a investit zeci de milioane de lei pentru susținerea tinerei generații. Aceste investiții s-au concretizat prin acordarea de burse de studii, promovarea incluziunii digitale a elevilor din mediul rural, sprijin financiar pentru tinerii antreprenori din domeniul IT, facilitarea accesului copiilor din familii vulnerabile la programe culturale, precum și îmbunătățirea serviciilor medicale prin dotarea spitalelor cu echipamente performante. (Informații generale despre activitatea companiei SA Orange, n.d.)

Compania Orange are următoare programe de responsabilitate socială ca:

- **Orange și investiții în educație:**

Orange Moldova prioritizează investițiile în domeniul educației, dezvoltând inițiative menite să sprijine tinerii în parcursul lor academic. În acest context, au fost create cafenelele Orange WiFi în principalele universități din Moldova, oferind studenților un spațiu modern pentru învățare și colaborare.

Peste cinci mii de elevi beneficiază de lecții interactive datorită echipamentelor IT donate de Fundația Orange prin proiectul „Incluziunea digital-rurală”. De asemenea, peste 1.200 de studenți din întreaga țară au devenit beneficiari ai programului „Burse de Merit pentru cei mai buni studenți ai țării”.

Pentru aproximativ 400 de tineri proveniți din familii social vulnerabile, Fundația Orange oferă, de cinci ani, sprijin financiar în cadrul proiectului „Burse pentru tinerii din instituții de tip internat”, facilitându-le accesul la școli de meserii, colegii și universități. Finaliștii ediției din acest an au fost invitați să își ridice diplomele în cadrul unei ceremonii organizate recent la Chișinău. (Raport de sustenabilitate Orange, 2022) (Programe de responsabilitate socială în cadrul companiei Orange Moldova, n.d.).

- ***Protecția mediului:***

Compania Orange consideră că furnizorul este responsabil pentru adoptarea unei abordări prudente în gestionarea provocărilor de mediu, implementarea unor inițiative care promovează responsabilitatea ecologică și susținerea dezvoltării tehnologiilor sustenabile. Acesta trebuie să respecte atât standardele locale, cât și pe cele internaționale relevante, asigurând conformitatea cu legislația aplicabilă, inclusiv cu reglementările ROHS și WEEE, menționate în contract.

Pentru a reduce impactul asupra mediului, furnizorul are obligația de a implementa măsuri eficiente de protecție a mediului și de a respecta principiile economiei circulare pe tot parcursul ciclului de viață al produselor, de la concepție și producție până la utilizare și reciclare. De asemenea, acesta trebuie să limiteze sau să elimine emisiile periculoase, să îmbunătățească eficiența energetică și să reducă emisiile de CO₂. Furnizorul trebuie să dezvolte produse și servicii cu un consum redus de energie și o amprentă de carbon minimizată pe întreaga durată a ciclului lor de viață. Totodată, acesta are responsabilitatea de a obține și respecta toate autorizațiile necesare, precum și de a implementa un sistem de management de mediu conform standardelor internaționale, cum ar fi ISO 14001. (Programe de responsabilitate socială în cadrul companiei Orange Moldova, n.d.)

- ***Orange – lider în investițiile în proiecte din domeniul sănătății***

Datorită Orange și Fundației Orange, zeci de mii de oameni din Moldova beneficiază astăzi de acces îmbunătățit la servicii medicale de calitate. De-a lungul anilor, au fost investite milioane de lei în dotarea spitalelor din întreaga țară cu echipamente medicale de ultimă generație.

Printre cele mai importante realizări se numără modernizarea Centrului de Imagistică al Institutului de Neurologie și Neurochirurgie, care a fost echipat cu un tomograf de înaltă performanță, precum și instalarea unui aparat Roentgen modern la Spitalul pentru copii din Bălți. Aceste investiții contribuie semnificativ la îmbunătățirea diagnosticului și tratamentului pacienților din Moldova (Programe de responsabilitate socială în cadrul companiei Orange Moldova, n.d.)

- ***Orange și angajamentul față de economia circulară***

Pentru Orange, economia circulară înseamnă reducerea la minimum a deșeurilor prin prelungirea ciclului de viață al produselor. Orange este primul operator de telecomunicații din România care a lansat o inițiativă națională dedicată economiei circulare, având scopul de a oferi o nouă viață telefoanelor utilizate. Această inițiativă se desfășoară în cinci direcții principale:

- ✓ **Recumpărare (Buy-Back)** – La nivelul Grupului Orange, obiectivul stabilit pentru îmbunătățirea ratei de colectare prin programul de buy-back este de 29% până la sfârșitul anului 2025. În România, în anul 2022, s-a atins deja o rată de 25,8% pentru telefoanele colectate. Prin acest program, clienții pot aduce telefoane vechi funcționale în orice magazin Orange, primind în schimb un voucher de reducere pentru achiziționarea unui dispozitiv nou. În primul an al inițiativei „Re”, au fost colectate aproximativ 300.000 de telefoane.

- ✓ **Repararea dispozitivelor** – Începând din 2009, serviciul de reparații este disponibil în Service Center-ele Orange, oferind o soluție completă pentru problemele tehnice întâmpinate de utilizatori. În cadrul acestui program, aproximativ 60.000 de telefoane au fost reparate, contribuind astfel la prelungirea duratei de viață a dispozitivelor.

✓ **Reciclare** – În toate magazinele Orange există puncte de colectare dedicate pentru telefoane, tablete, smartwatch-uri, încărcătoare și căști neutilizate. Dispozitivele colectate sunt fie reciclate, fie recondiționate, oferindu-le astfel o nouă viață.

✓ **Recondiționare** – Din 2013, Orange pune la dispoziție o secțiune online destinată vânzării de telefoane recondiționate. Aceste dispozitive reprezintă o alternativă sustenabilă la telefoanele noi, având un preț accesibil, o garanție de 12 luni și un impact redus asupra mediului. Prin aceste inițiative, Orange contribuie activ la reducerea deșeurilor electronice și la promovarea unor soluții sustenabile în domeniul telecomunicațiilor. (Raport de sustenabilitate Orange, 2022)

CONCLUZII

În ultimii ani, mediul de afaceri din Republica Moldova a manifestat un interes tot mai crescut față de responsabilitatea socială a întreprinderilor (RSI), reflectând o schimbare semnificativă în abordarea companiilor față de impactul lor asupra societății. Crearea rețelei Global Compact Moldova și creșterea numărului de companii care aderă la această inițiativă confirmă importanța tot mai mare acordată RSI. Cu toate acestea, majoritatea companiilor încă percep filantropia ca pe un act impus de autorități, ceea ce demonstrează că procesul de integrare reală a practicilor de RSI mai are un drum lung de parcurs. Responsabilitatea socială a întreprinderilor este un concept complex, definit diferit de diverse instituții internaționale. Comisia Europeană o vede ca pe o implicare voluntară a companiilor în dezvoltarea socială și protecția mediului, în timp ce International Business Leaders Forum o corelează cu etica în afaceri și beneficiile reciproce pentru societate și companii. În acest context, companii de renume, precum Orange Moldova, demonstrează un angajament solid față de RSI prin investiții considerabile în educație, sănătate și protecția mediului.

Orange Moldova s-a impus ca lider în domeniul responsabilității sociale corporative, investind milioane de lei în proiecte de sprijin pentru educație și sănătate. Prin intermediul Fundației Orange, compania a oferit burse de studii pentru tineri, a promovat incluziunea digitală în mediul rural și a sprijinit antreprenorii IT. De asemenea, a contribuit la dotarea spitalelor cu echipamente medicale moderne, facilitând accesul pacienților la servicii medicale de calitate. În plus, Orange adoptă o strategie sustenabilă prin inițiative de economie circulară. Programe precum buy-back, reparația dispozitivelor, reciclarea și recondiționarea telefoanelor mobile au contribuit la reducerea deșeurilor electronice și la promovarea unui model de consum mai responsabil. Aceste măsuri demonstrează că Orange nu doar implementează RSI ca pe o strategie de imagine, ci și ca pe un angajament real față de dezvoltarea durabilă.

În concluzie, evoluția practicilor de responsabilitate socială în Republica Moldova este vizibilă, iar companiile încep să înțeleagă importanța unei abordări sustenabile în afaceri. Deși filantropia rămâne dominantă, se observă o tendință de trecere spre RSI autentică, axată pe impact pe termen lung. Orange Moldova este un exemplu elocvent al modului în care o companie poate contribui semnificativ la bunăstarea societății, servind drept model pentru alte organizații care doresc să își alinieze activitățile cu principiile dezvoltării responsabile.

REFERINȚE

1. Averin, A.V (2008). *Politica socială și responsabilitatea socială a întreprinderii*. Moscova: Prior
2. Aleksandrova, E.S. La problema măsurării nivelului de bunăstare. *Buletinul științific* . 2009. (5). 48-56
3. Responsabilitatea socială corporativă în Republica Moldova. (n.d.). expert-grup.org
4. Evaluarea Responsabilității Sociale Corporative în Moldova. Evaluarea Responsabilității Sociale Corporative în Moldova | United Nations Development Programme (undp.org)
5. Raport de Sustenabilitate Orange. (n.d). raport-sustenabilitate-2022.pdf
6. Programe de responsabilitate socială a companiei Orange SA. Orange Moldova - operatorul #1 responsabil social

Coordonator științific: STOIAN Eugeniu, drd., asist. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: stoian@ase.md

CIRCULAR ECONOMY – A MODERN APPROACH TO BUSINESS MANAGEMENT

ECONOMIA CIRCULARĂ – O ABORDARE MODERNĂ ÎN MANAGEMENTUL AFACERILOR

ZAGORODNIUC Cristina, studentă, specialitatea: Ecologie și Protecția Mediului

Universitatea „Dunărea de Jos”, România,

Galați, str. Domnească nr. 47

e-mail autor: zagorodniuccristina1@gmail.com

Abstract: This article explores the connection between the circular economy and ecology, emphasizing how adopting this model can transform business management and protect the environment. The circular economy promotes efficient resource use through reduction, reuse, and recycling, minimizing waste and environmental impact. Thus, a transition is made from a linear “produce-consume-dispose” model to one that involves a more responsible and sustainable use of resources. The article emphasizes the importance of integrating the circular economy into business strategies to support sustainable development, reduce carbon emissions and protect ecosystems. Implementing this model not only reduces environmental impact, but also brings significant economic benefits, such as cost savings through resource reuse, increased efficiency and increased competitiveness in the market. It also discusses the challenges faced by companies in adopting the circular economy, including the need for appropriate public policies and investments in innovative technology. The current research aims to analyze the impact of this model on environmental sustainability and business efficiency.

Keywords: circular economy, innovations, implementation, ecology, sustainability, waste reduction.

JEL CLASSIFICATION: Q57

INTRODUCERE

Economia circulară în managementul afacerilor reprezintă o schimbare majoră în abordarea tradițională a proceselor economice, fiind esențială într-un context global marcat de epuizarea resurselor naturale și de provocările legate de schimbările climatice. Economia circulară promovează un model sustenabil de producție și consum, în care resursele sunt utilizate mai eficient prin reutilizare, reciclare și reducerea deșeurilor, contribuind semnificativ la protejarea mediului. Această abordare nu doar că sprijină ecologia, dar poate deveni un factor esențial în îmbunătățirea performanțelor economice ale companiilor, prin economii de costuri și creșterea competitivității.

OBIECTIVELE principale ale cercetării includ evaluarea efectelor economiei circulare asupra managementului afacerilor, identificarea celor mai bune practici de implementare și analiza provocărilor întâmpinate de companii în adoptarea acestui model.

Cercetarea își propune să identifice metodele prin care companiile pot integra acest model în strategiile lor de business și cum aceasta poate contribui la reducerea impactului ecologic, îmbunătățirea eficienței resurselor și promovarea unui viitor sustenabil.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analiză succintă a surselor bibliografice în domeniul problemei cercetate

Conceptul de economie circulară a fost menționat pentru prima dată în anii 1960, de economistul american K. Boulding (Boulding, 1966, pp.3-14) care a prezentat teoria Pământului ca navă spațială „Pământul, spune autorul, a devenit singura navă spațială pe care nu există rezervoare nelimitate, așa că omul trebuie să-și găsească locul într-un sistem ecologic ciclic” (Boulding, 1966) Această idee a fost consolidată de lucrarea „Limite de creștere” (Dzwigol, 1972), care a evidențiat importanța reutilizării și reciclării eficiente a resurselor pentru dezvoltarea sustenabilă

În anii 1990, economistii D. Pearce și K. Turner (Pearce & Turner 1990) au încercat să definească clar economia circulară, integrând idei precum „cradle-to-cradle” și ecologia industrială care aceste idei au contribuit la dezvoltarea ideilor moderne despre economia circulară (Andersen, 2007, Sherwin, 2013).

Studii recente evidențiază importanța economiei circulare în reducerea consumului de materii prime și combaterea schimbărilor climatice. Cercetători precum J. Kirchherr și D. Reike (Kirchherr & Reike, 2018) subliniază rolul esențial al refolosirii, reciclării și regenerării, iar aplicarea acestor principii este tot mai susținută prin politici și inițiative globale menite să optimizeze utilizarea resurselor și să reducă impactul asupra mediului. Atunci când se construiește un model inovativ de economie circulară, este mai întâi necesar să se determine obiectivele strategice prioritare în dezvoltarea durabilă a țării, apoi va fi rațional să se realizeze acțiuni paralele pentru a studia specificul și principalele caracteristici ale societății, atât din punct de vedere economic, cât și social-cultural.

Astfel, putem constata că în contextul economiei naționale, modelul inovativ de dezvoltare circulară poate avea următorul algoritm (Figura 1):

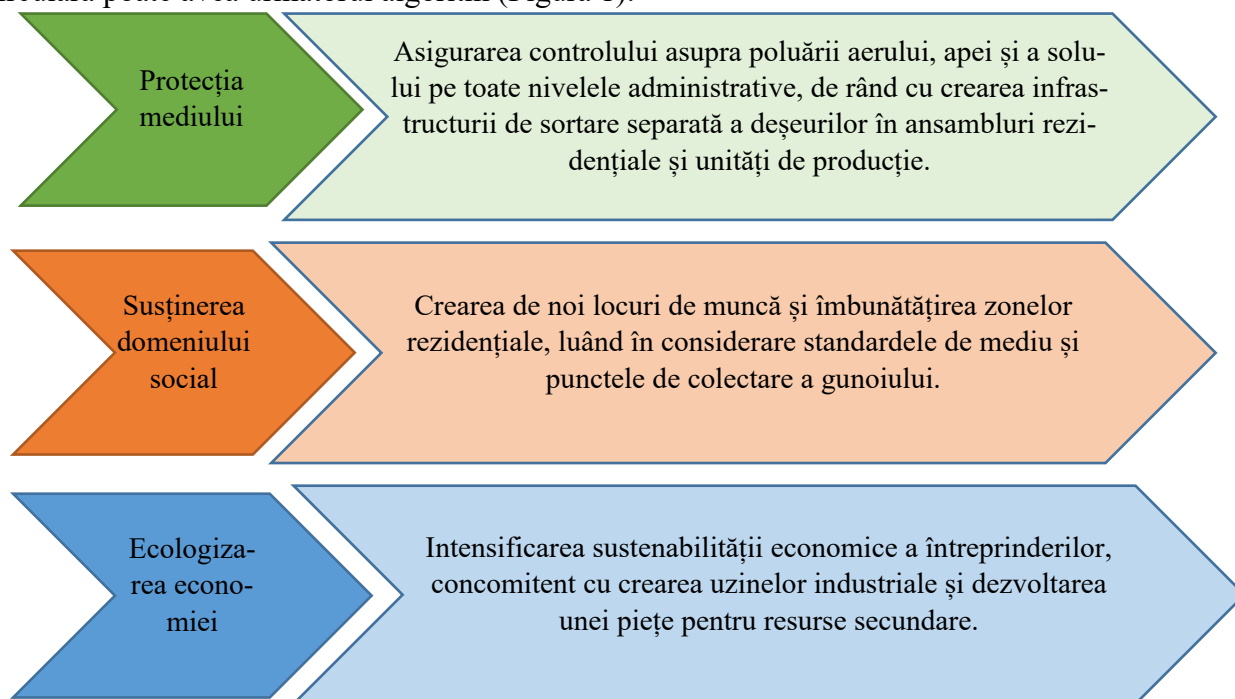


Figura 1. Algoritmul modelului de economie circulară

Sursa: elaborat de autor

Descrierea metodelor de cercetare utilizate

Metodele de cercetare utilizate în studiul economiei circulare sunt esențiale pentru a înțelege impactul, implementarea și eficiența acestui model sustenabil. Printre cele mai utilizate metode utilizate în cercetare se numără **revizuirea literaturii**, care analizează cercetările anterioare pentru a stabili cadrul teoretic și pentru a identifica lacunele de cunoștințe. **Studiul de caz** oferă exemple concrete de implementare a economiei circulare în diverse industrii, ajutând la înțelegerea provocărilor și soluțiilor practice.

Un exemplu relevant de companie care promovează economia circulară în legătură cu ecologia este **Philips**. Philips implementează principii de economie circulară printr-o serie de inițiative care vizează reducerea deșeurilor și maximizarea reutilizării resurselor. Philips utilizează și **materialele reciclabile** în produsele sale și implementează procese de producție care reduc consumul de resurse naturale și emisii de carbon (Tabel 1). Aceste practici contribuie semnificativ la protejarea mediului, susținând tranziția către un model economic sustenabil și circular

Tabelul 1. Rezultatele obținute în cercetarea implementării economiei circulare

Indicatori	Înainte de implementarea Economia Circulară	După Implementarea Economia Circulară
Emisii de CO2 (tone/an)		
Companie Philips	100% (Emisii de CO2 mari din producție)	40% (Reducere a emisiilor prin reciclare și eficiență energetică)
Deșeuri generate	100% (Deșeuri mari din produse ne-reciclabile)	20% (Deșeuri reduse prin reutilizare și reciclare)
Costuri de producție	100% (Costuri mari datorită materialelor)	70% (Reducerea costurilor prin reutilizarea materialelor reciclate)
Venituri de leasing	0% (Fără model de leasing)	15% (Venituri adiționale din servicii de leasing și reciclare)
Conștientizarea ecologică a consumatorilor	40% (Percepție scăzută privind sustenabilitatea)	80% (Creșterea interesului pentru produsele și serviciile ecologice)

Sursa: elaborat de autor

De asemenea, **analiza cost-beneficiu** ajută la evaluarea rentabilității economiei circulare, comparând costurile și beneficiile implementării acestor practici (Tabel 2).

Tabelul 2. Impactul economiei circulare asupra indicatorilor cheie de performanță (KPI)

Indicator KPI	Înainte de implementarea Economia Circulară	După Implementarea Economia Circulară
Costuri de producție	100%	70%
Emisii de CO2	100%	30%
Generare de deșeuri	90%	10%
Profitabilitate	80%	120%

Sursa: elaborat de autor

Cercetarea conceptuală, rezultatele în urma cercetării

Modelul economiei circulare este un model bazat pe principiile reciclării deșeurilor și creșterea duratei de viață a mărfurilor, fapt care poate duce la o reducere a utilizării resurselor naturale, precum și la o scădere a cantității de deșeuri care poluează mediul și pun în pericol actuala societate și generațiile viitoare. Implementarea principiilor modelului economiei circulare va face posibilă asigurarea unei dezvoltări durabile la toate nivelele economiei naționale.

Rezultatele cercetării arată că economia circulară nu doar că are un impact semnificativ asupra protecției mediului, reducând emisiile de CO2 și deșeurile, dar aduce și beneficii economice notabile. Totodată, creșterea conștientizării ecologice în rândul consumatorilor sugerează o tendință pozitivă spre sustenabilitate pe termen lung.

Rezultatele obținute evidențiază faptul că adoptarea acestui model contribuie la reducerea deșeurilor, la economisirea resurselor naturale și la creșterea performanței economice, favorizând un management mai responsabil și durabil al afacerii (Figura 2).

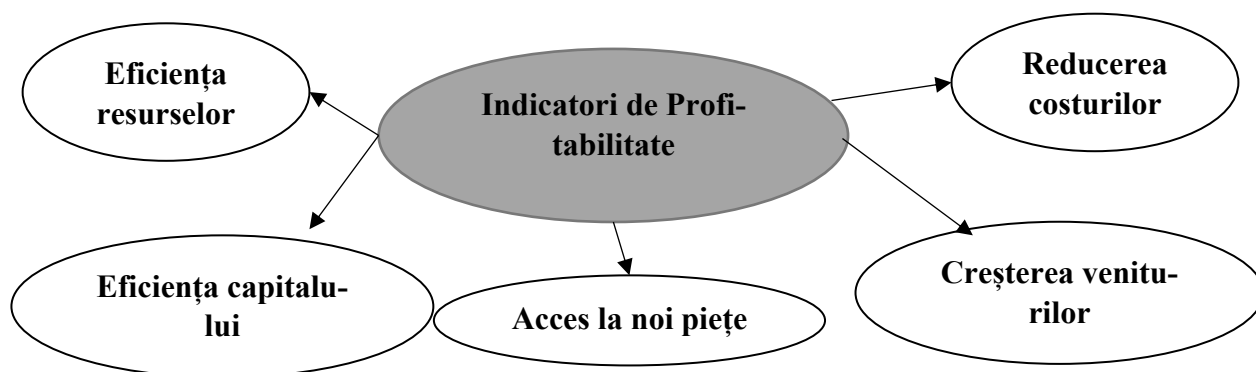


Figura 2. Impactul economiei circulare asupra profitabilității afacerilor

Sursa: elaborat de autor

CONCLUZII

În urma celor menționate mai sus ne permit să concluzionăm că economia circulară este o reală oportunitate de dezvoltare ascendentă pentru țările care trec prin crize de mediu, economice și sociale. Pentru economia națională implementarea modelului de dezvoltare bazat pe circularitate, ar însemna schimbarea traiectoriei de dezvoltare și va duce la o ameliorare a situației economice și o îmbunătățire a nivelului și calității vieții.

În contextul actual de dezvoltare a economiei naționale a Republicii Moldova trebuie să se conștientizeze că trecerea la economia circulară ar permite să se adopte un nou model economic mult mai inovativ și prosper care ar contribui, pe de o parte, la conservarea și creșterea capitalului natural prin gestionarea rezervelor limitate și echilibrarea fluxurilor de resurse regenerabile, pe de altă parte.

REFERINȚE

1. Andersen, M. (2007). An introductory note on the environmental economics of the circular economy. *Sustainability Science*, 2, 133-140.
2. Boulding, K. (1966). The Economics of the Coming Spaceship Earth. In H. Jarett (Ed.), *Environmental Quality in a Growing Economy, Resources for the Future*. 3-14. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
3. Dzwigol, H. (1972), Green Logistics as a Sustainable Development Concept of Logistics Systems in a Circular Economy. *Proceedings of the 37th International Business Information Management Association*. Cordoba, Spain: IBIMA Publishing.
4. Kirchherr, J. (2018). Barriers to the Circular Economy: evidence from the European Union (EU). *Ecological Economics*, 150, 264-272.
5. Pearce, D. & Turner, K (1990). *Economics of Natural Resources and the Environment*. Johns Hopkins University Press, Baltimore.
6. Reike, D. (2018). The circular economy. *Resources, Conservation and Recycling*, 135, 246-264.
7. Sherwin, C. (2013). *Sustainable design 2.0: new models and methods*.

Coordonatori științifici: DRAGOMIR BĂLĂNICĂ Carmelia, dr. ing., conf. univ.

Universitatea „Dunărea de Jos”
România, Galați, str. Domnească nr. 47
e-mail: cdragomir@ugal.ro

COTORCEA Cristian, prof.

Instituția Publică Școala Profesională nr. 9
Republica Moldova, Chișinău, str. Ion Pelivan nr. 30
e-mail: cotorcea2022@gmail.com

THE IMPACT OF ECONOMIC AND FINANCIAL RISKS ON SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

IMPACTUL RISCURILOR ECONOMICE ȘI FINANCIARE ASUPRA IMM-URILOR

TALPĂ Alexandru, student, specialitatea: MKL

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: talpa.alexandru@ase.md

Abstract: *This paper analyzes the impact of economic and financial risks on small and medium-sized enterprises (SMEs), highlighting the main challenges and appropriate risk management strategies. The aim of the research is to identify major risk factors and propose solutions to support SMEs in maintaining their stability and competitiveness.*

To achieve this objective, the research aims to accomplish the following tasks:

- *Identifying and classifying the economic and financial risks affecting SMEs*
- *Analyzing the effects of these risks on the performance and sustainability of SMEs.*
- *Proposing effective risk management strategies to reduce the vulnerability of SMEs.*

The methodology used combines both quantitative and qualitative analysis. The study is based on a review of the specialized literature, an analysis of relevant macroeconomic and financial data, and case studies illustrating the impact of risks on SMEs. Through these methods, the research provides a detailed perspective on the challenges faced by SMEs and the available solutions for minimizing the impact of economic and financial risks.

Kew words: *SMEs, economic risk, financial risk, management strategy, competitiveness*

JEL CLASSIFICATION: M1

INTRODUCERE

Riscurile economice și financiare reprezintă provocări semnificative pentru IMM-uri, influențând stabilitatea, profitabilitatea și capacitatea acestora de a se dezvolta. Factori precum recesiunile economice, inflația, accesul limitat la finanțare, volatilitatea pieței și problemele de lichiditate pot avea un impact negativ asupra activității acestor întreprinderi.

Pentru a minimiza efectele acestor riscuri, IMM-urile trebuie să implementeze strategii pro-actice de gestionare, cum ar fi diversificarea surselor de finanțare, optimizarea fluxului de numerar, protejarea împotriva fluctuațiilor macroeconomice și creșterea flexibilității operaționale. Adoptarea unor astfel de măsuri le permite IMM-urilor să se adapteze mai ușor la schimbările economice și să își mențină competitivitatea pe termen lung.

Prin urmare, o abordare strategică și bine planificată a riscurilor economice și financiare este esențială pentru succesul și sustenabilitatea IMM-urilor. Dezvoltarea unor politici eficiente de gestionare a riscurilor nu doar că reduce vulnerabilitățile, dar contribuie și la consolidarea unui mediu economic mai stabil și mai predictibil pentru aceste întreprinderi.

RISCURI ECONOMICE ȘI FINANCIARE ALE IMM-URILOR

Riscul macroeconomic

Schimbările în condițiile economice generale, cum ar fi recesiunile, inflația și fluctuațiile cursului de schimb, pot afecta IMM-urile prin scăderea cererii și creșterea costurilor operaționale.

IMM-urile sunt puternic influențate de schimbările economice generale, cum ar fi recesiunile economice, ratele ridicate ale inflației sau fluctuațiile cursului de schimb valutar. O recesiune poate duce la scăderea cererii pentru bunuri și servicii, afectând veniturile IMM-urilor. Inflația creș-

te costurile de producție și de operare, în timp ce fluctuațiile valutare pot genera pierderi pentru firmele care depind de importuri sau exporturi.

Accesul limitat la finanțare

IMM-urile se confruntă adesea cu dificultăți în obținerea creditelor bancare și a altor forme de finanțare, ceea ce le poate limita capacitatea de creștere și inovare.

Finanțarea reprezintă o provocare majoră pentru IMM-uri, deoarece acestea nu dispun de aceleași resurse și garanții ca marile companii. Băncile percep IMM-urile ca fiind mai riscante, ceea ce duce la condiții stricte pentru acordarea creditelor. În plus, IMM-urile au adesea un istoric financiar limitat, ceea ce le reduce accesul la alternative de finanțare, cum ar fi investițiile de tip venturi capital sau obligațiunile corporative.

Riscul de lichiditate

Gestionarea fluxului de numerar este esențială pentru IMM-uri, iar întârzierile în încasarea plăților pot cauza dificultăți semnificative. Problemele de lichiditate pot duce la incapacitatea de a plăti furnizorii, salariile angajaților sau datoriile curente. Aceste probleme pot fi amplificate de termenele lungi de plată impuse de clienți sau de întârzierile în recuperarea creanțelor.

Volatilitatea pieței

Fluctuațiile cererii, schimbările în comportamentul consumatorilor și concurența sporită pot afecta veniturile IMM-urilor.

Schimbările rapide în preferințele consumatorilor, apariția unor noi concurenți sau fluctuațiile sezoniere pot afecta IMM-urile, care de obicei au o bază de clienți mai restrânsă decât marile companii. În plus, tendințele economice globale, cum ar fi digitalizarea sau crizele geopolitice, pot influența negativ cererea pentru anumite produse și servicii.

Aceste riscuri evidențiază necesitatea unor strategii eficiente de gestionare, cum ar fi diversificarea surselor de venit, planificarea financiară riguroasă și adoptarea unor politici de protecție împotriva fluctuațiilor economice.

Tabelul 1: Principalele riscuri economice și financiare ale IMM-urilor și soluții de gestionare

Tipul riscului	Descriere	Efecte asupra IMM-urilor	Strategii de gestionare
Riscul macroeconomic	Recesiuni, inflație, fluctuații valutare	Scăderea cererii, creșterea costurilor operaționale	Monitorizarea indicatorilor economici, ajustarea prețurilor
Accesul limitat la finanțare	Dificultăți în obținerea creditelor și a investițiilor	Limitarea creșterii și inovării, dependență de resurse proprii	Diversificarea surselor de finanțare (fonduri UE, business)
Riscul de lichiditate	Probleme în gestionarea fluxului de numerar	Întârzieri la plăți, dificultăți în onorarea obligațiilor financiare	Planificare financiară, politici stricte de colectare a creanțelor, fonduri de rezervă
Volatilitatea pieței	Schimbări în cererea consumatorilor, concurență ridicată	Scăderea veniturilor, pierderea cotei de piață	Diversificarea produselor/serviciilor, digitalizare, inovație constantă

Sursa: Elaborat de autor

STRATEGII DE GESTIONARE A RISCURILOR

Pentru a reduce impactul riscurilor economice și financiare, IMM-urile trebuie să adopte strategii eficiente de gestionare a acestora. Printre cele mai importante măsuri se numără:

Diversificarea surselor de finanțare

Deoarece accesul limitat la finanțare este o problemă majoră, IMM-urile trebuie să exploreze multiple opțiuni, inclusiv:

- Credite bancare și linii de credit adaptate nevoilor firmei.

- Finanțare prin capital de risc sau business.
- Fonduri europene și subvenții guvernamentale.

Optimizarea gestionării lichidităților

Pentru a evita problemele de cash-flow, IMM-urile pot implementa:

- Monitorizarea atentă a veniturilor și cheltuielilor printr-un sistem de management financiar.
- Stabilirea unor politici clare privind termenele de plată pentru clienți și furnizori.
- Crearea unui fond de rezervă pentru situații neprevăzute.

Protecția împotriva riscurilor macroeconomice

Pentru a reduce vulnerabilitatea la fluctuațiile economice generale, IMM-urile pot adopta:

- Contracte de acoperire pentru riscul valutar.
- Strategii de preț flexibile, care să permită ajustarea la inflație sau costuri fluctuante.
- Monitorizarea indicatorilor economici pentru a anticipa crizele și a lua măsuri preventive.

Creșterea flexibilității operaționale

Într-o piață volatilă, IMM-urile trebuie să fie capabile să se adapteze rapid. Măsuri recomandate:

- Diversificarea portofoliului de produse și servicii pentru a nu depinde de un singur segment de piață.
- Digitalizarea și automatizarea proceselor pentru o mai mare eficiență.
- Creșterea colaborării cu alți parteneri și furnizori pentru a asigura lanțuri de aprovizionare stabile.

Prin aplicarea acestor strategii, IMM-urile pot reduce impactul riscurilor economice și financiare, îmbunătățindu-și stabilitatea și competitivitatea pe termen lung.

CONCLUZII

1. Riscurile economice și financiare reprezintă provocări semnificative pentru IMM-uri, influențând stabilitatea, profitabilitatea și capacitatea acestora de a se dezvolta. Factori precum recesiunile economice, inflația, accesul limitat la finanțare, volatilitatea pieței și problemele de lichiditate pot avea un impact negativ asupra activității acestor întreprinderi.

2. Pentru a minimiza efectele acestor riscuri, IMM-urile trebuie să implementeze strategii pro-active de gestionare, cum ar fi diversificarea surselor de finanțare, optimizarea fluxului de numerar, protejarea împotriva fluctuațiilor macroeconomice și creșterea flexibilității operaționale. Adoptarea unor astfel de măsuri le permite IMM-urilor să se adapteze mai ușor la schimbările economice și să își mențină competitivitatea pe termen lung.

3. Prin urmare, o abordare strategică și bine planificată a riscurilor economice și financiare este esențială pentru succesul și sustenabilitatea IMM-urilor. Dezvoltarea unor politici eficiente de gestionare a riscurilor nu doar că reduce vulnerabilitățile, dar contribuie și la consolidarea unui mediu economic mai stabil și mai predictibil pentru aceste întreprinderi.

REFERINȚE:

1. Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2005). Financial and legal constraints to growth: Does firm size matter? *The Journal of Finance*, 60(1), 137-177.
2. Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking & Finance*, 22(6-8), 613-673.
3. Gertler, M., & Gilchrist, S. (1994). Monetary policy, business cycles, and the behavior of small manufacturing firms. *The Quarterly Journal of Economics*, 109(2), 309-340.
4. OECD (2019). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2019: An OECD Scoreboard*. OECD Publishing.
5. World Bank (2020). *SME Finance: Policy Guide*. World Bank Publications.

Coordonator științific: GUȘUVATI Aliona, asist. univ,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: gusuvati.aliona.vladimir@ase.md

THE CODE OF ETHICS – THE COMPASS OF INTEGRITY AT MOLDTELECOM

CODUL DE ETICĂ – BUSOLA INTEGRITĂȚII ÎN CADRUL MOLDTELECOM

ROȘCA Laura, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: rosca.laura@ase.md

Abstract: *The Code of Ethics is an essential tool for establishing professional and moral conduct standards within companies. This study analyzes the impact of the Code of Ethics on the behavior of employees at JSC „Moldtelecom”, highlighting its role in strengthening the ethical culture. Through a survey conducted among employees, perceptions of ethical compliance, reactions to violations, and improvement suggestions were identified. The results emphasize the need for active promotion of the Code, clarification of responsibilities, and the implementation of effective measures to enhance ethical compliance within the organization.*

Key words: *ethics, corporate, respect culture, professionalism, employee behavior, integrity, professional etiquette*

JEL CLASSIFICATION: M14, M19

INTRODUCERE

Codul de etică reprezintă pentru companii un instrument esențial pentru stabilirea standardelor de conduită atât profesională, cât și morală. Fiind un ghid pentru angajați, acesta servește drept „busolă” pentru orientarea în luarea deciziilor și desfășurarea acțiunilor în cadrul întreprinderii. Scopul studiului constă în aprecierea culturii etice în cadrul companiei SA Moldtelecom, pe baza influenței Codului de etică asupra comportamentului angajaților.

Prin urmare, obiectivele principale ale acestei lucrări sunt:

- Analiza structurală a Codului de etică al companiei SA Moldtelecom;
- Evaluarea influenței Codului de etică asupra comportamentului angajaților;
- Formularea unor recomandări pentru îmbunătățirea culturii etice în cadrul întreprinderii.

Suportul direct al investigațiilor pe acest subiect l-au constituit Codul de etică corporativă al companiei SA Moldtelecom și studiul realizat prin anchetarea angajaților companiei.

Ca noțiune, acest termen a fost utilizat și explicat de către mai mulți autori. M. Kaptein definește codul de etică sub aspectul noțiunii de „cod de afaceri”, ca un document „independent care a fost dezvoltat de către o organizație pentru a ghida conduita actuală și viitoare a managerilor și angajaților săi” (Kaptein, 2008). Autorul menționează că termenul de cod de etică poate avea mai multe denumiri în literatura de specialitate: cod de conduită, de integritate, de practici etc. Despre conținutul și scopul codului menționează și autorul V. Mureșan în lucrarea „Instituționalizarea Eticii: Mecanisme și Instrumente”. Autorul subliniază că acesta reprezintă „un document oficial, independent și durabil al unei organizații, având o formă prescriptivă, nu descriptivă, incluzând valori morale, principii, reguli, drepturi și virtuți personale de tip moral... el ghidează activitățile managerilor și angajaților și este totodată produsul lor autonom.” (Constantinescu, 2013). Pentru a analiza mai în detaliu componența unui Cod de etică și influența acestuia asupra comportamentului angajaților se va analiza exemplul pe baza obiectului de studiu compania SA Moldtelecom.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

SA Moldtelecom este o companie de stat fondată în anul 1993 ca urmare a restructurării sectorului de telecomunicații din Republica Moldova. Compania este operatorul național de comunicații electronice, care oferă servicii de telefonie fixă și mobilă, conexiune la internet și televiziune digitală. Codul de etică al întreprinderii, denumit în continuare Codul de etică corporativă, este descris ca un ghid obligatoriu de responsabilități etice pentru angajați și celelalte părți interesate, care are scopul de a proteja reputația companiei și de a asigura conformitatea cu standardele legale.

Valorile etice ale companiei sunt stipulate ca structură și în Codul de Guvernanță corporativă al companiei, accentuând astfel importanța aspectelor etice pentru societatea pe acțiuni. Conform acestuia, mecanismele de aplicare a codului sunt reprezentate de trei elemente. Pentru aplicarea efectivă și rezolvarea problemelor de ordin etic este responsabil Comitetul de Etică al companiei, parte a Consiliului Societății, iar pentru aplicarea uniformă în interiorul entității este responsabil Directorul General, iar aplicarea operativă îi revine Departamentului de Resurse Umane. Un alt element este Declarația de Angajament (integritate). Aceasta trebuie semnată de către toți angajații în etapa de angajare și are drept scop respectarea regulilor și cerințelor prevăzute de Codul de etică corporativă. Nerespectarea reglementărilor prevăzute atrage consecințe precum măsuri disciplinare sau încetarea contractului individual de muncă. Al treilea element este accesibilitatea documentului. Codul este public pe pagina oficială a companiei și este disponibil pentru toți angajații, facilitând transparența.

Codul este constituit din 9 compartimente. Primele două capitole implică scopul general al Codului și Dispozițiile generale, care cuprind *Viziunea* companiei, *Misiunea* și *Valorile* de bază. Al treilea compartiment include *Conduita individuală*, compusă din reglementări privind vestimentația angajaților, aspecte generale recomandate și atenționări privind elementele interzise ale acesteia. Al patrulea capitol, *Securitatea și confidențialitatea informațiilor*, cuprinde reguli privind protejarea informațiilor confidențiale și componența acestor informații, pentru ca angajații să fie la curent cu datele cu care trebuie să opereze în cadrul companiei și în exteriorul acesteia.

Al cincilea capitol, *Cadouri, favoruri și divertismente de afaceri*, implică regulile legate de integritatea și transparența activității companiei, prevenirea corupției și mituirii. Acest compartiment este reglementat în conformitate cu Regulamentul cu privire la regimul juridic al cadourilor în cadrul SA Moldtelecom și Regulamentul cu privire la oferirea cadourilor și a ospitalității. Compartimentul 6, *Prevenirea conflictelor*, este constituit din aspectele legate de activitățile recomandabile de evitat și relațiile cu părțile interesate din interiorul și din exteriorul companiei. Capitolul 7, *Comunicarea*, implică regulile de comunicare în cadrul companiei și principalele canale de comunicare recomandate (Outlook, telefon de serviciu, DokProf, ședințe prin fir, Intranet, panouri informative, etc.). Capitolele 8 și 9 descriu *Reguli de respectare a codului de etică și dispozițiile finale*. Fiecare angajat trebuie să respecte și să cunoască codul de etică corporativă, iar în cazul identificării unor neconformități trebuie să informeze managerul responsabil. În cazul unor abuzuri, Departamentul de Resurse Umane adoptă măsuri disciplinare pentru rezolvarea problemelor identificate. Privind raportarea încălcărilor, acestea sunt transmise de asemenea Departamentului sau șefilor de subdiviziuni în care activează sau în care s-au identificat încălcările. De examinarea incidentelor este responsabilă Direcția Juridică și Reglementări.

În continuare se va examina influența și importanța Codului asupra angajaților cu ajutorul metodei de cercetare, anchetarea. Pentru studiu s-a realizat un sondaj cu 22 de angajați din diferite departamente pentru a analiza din perspectiva acestora importanța codului.

În urma anchetării s-a constatat că din totalul respondenților 95% au răspuns că cunosc de existența Codului de etică a companiei, iar 5% nu cunosc acest fapt. Din totalul de 95 % cunosc și au citit Codul 82%, iar 18% au citit Codul doar parțial. Acest lucru sugerează că, deși angajații sunt informați despre existența Codului de etică, nu toți îl studiază în detaliu, ceea ce poate influența aplicarea efectivă a principiilor etice în companie (Figura 1.).

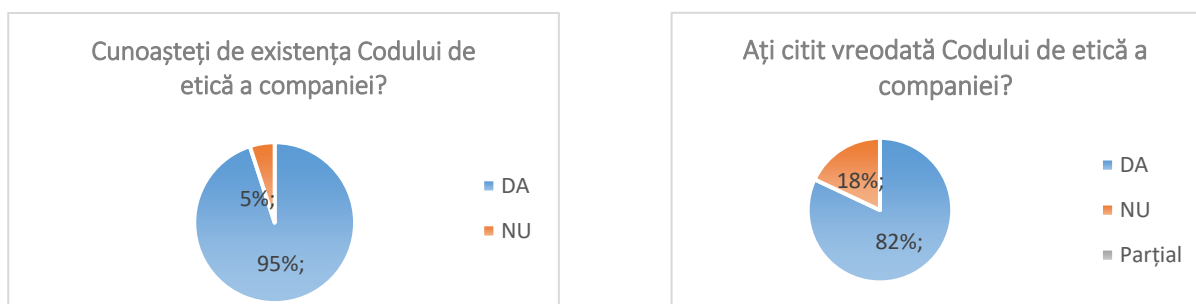


Figura 1. Gradul de cunoaștere a Codului de etică și conținutului acestuia.

Sursă: Chestionar privind percepția angajaților asupra Codului de etică în cadrul SA Moldtelecom. (2025)

Privind situațiile de încălcare a regulilor din Codul de etică, majoritatea respondenților (77%) au întâlnit situații în care regulile etice nu au fost respectate, ceea ce indică existența unor probleme de conformitate în cadrul companiei. Dintre aceștia, doar 21% au raportat încălcările, în timp ce 32% nu au făcut nimic. Acest fapt sugerează că, deși neregulile sunt observate, mulți angajați fie nu se simt responsabili să intervină, fie nu au încredere în mecanismele de raportare, ceea ce poate afecta climatul etic al organizației (Figura 2.)

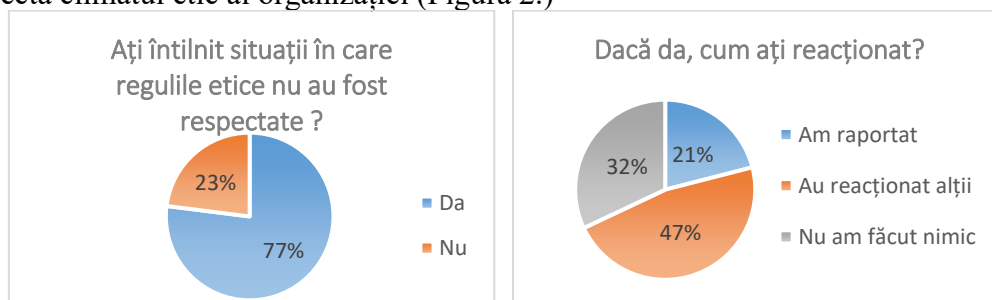


Figura 2. Comportamentul angajaților în cazul identificării neconformităților

Sursă: Chestionar privind percepția angajaților asupra Codului de etică în cadrul SA Moldtelecom. (2025)

Acest lucru se poate datora și faptului că angajații nu au încredere în totalmente că aceste probleme vor fi soluționate. Majoritatea angajaților (82%) au încredere că raportarea unei probleme etice va fi tratată corect, însă 18% consideră că problemele nu vor fi soluționate corespunzător, ceea ce poate descuraja raportarea. În ceea ce privește influența Codului de etică asupra comportamentului angajaților, 64% consideră că acesta are o influență moderată, 18% semnificativă, 14% redusă și 4% consideră că nu are nicio influență. Aceste rezultate sugerează că, deși Codul de etică este perceput ca având un impact asupra comportamentului, există încă loc pentru îmbunătățirea încrederii în mecanismele de aplicare și respectare a acestuia (Figura 3).

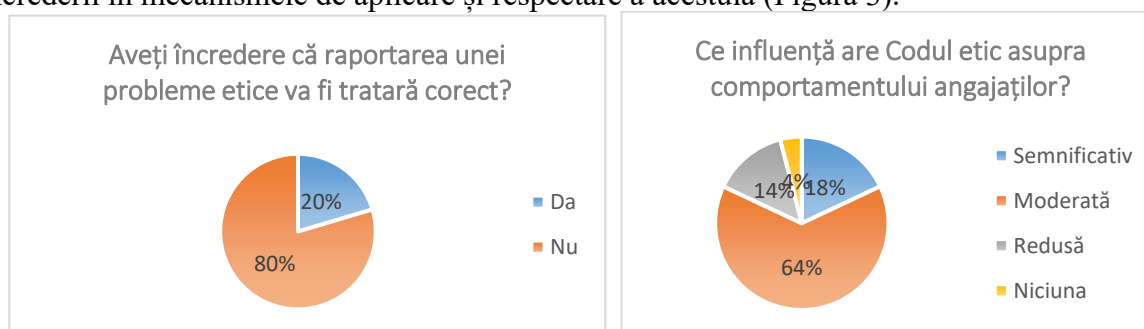


Figura 3. Influența Codului de etică asupra comportamentului angajaților.

Sursă: Chestionar privind percepția angajaților asupra Codului de etică în cadrul SA Moldtelecom. (2025)

Pentru îmbunătățirea Codului de Etică și consolidarea culturii etice în companie, angajații au propus mai multe recomandări, printre care: promovarea activă a Codului prin diverse mijloace, explicarea mai clară a responsabilităților angajaților, asigurarea unei comunicări transparente, organizarea de traininguri specifice, implicarea managerilor ca modele pentru echipele lor, oferirea unor motivații mai atractive, investigarea mai eficientă a încălcărilor și promovarea leadershipului etic.

CONCLUZII

Codul de etică reprezintă un pilon fundamental în asigurarea unui climat organizațional bazat pe integritate, transparență și profesionalism în cadrul companiei SA Moldtelecom. Studiul realizat a evidențiat faptul că majoritatea angajaților recunosc importanța acestui document și consideră că influențează într-o măsură semnificativă comportamentul etic în companie. Cu toate acestea, există încă aspecte care pot fi îmbunătățite, precum creșterea nivelului de conștientizare și aplicare a Codului, clarificarea responsabilităților și promovarea unei comunicări mai eficiente privind regulile etice.

În concluzie, Codul de etică al SA Moldtelecom rămâne un instrument esențial în consolidarea valorilor organizaționale și a conduitei profesionale. Îmbunătățirea aplicării sale și a gradului de implicare a angajaților în respectarea principiilor etice va avea un impact pozitiv asupra climatului organizațional, contribuind la dezvoltarea unei companii responsabile și sustenabile.

REFERINȚE

1. Chestionar privind percepția angajaților asupra Codului de Etică în cadrul SA Moldtelecom. (2025). Elaborat de Roșca Laura, departamentul HR. Document intern, nepublicat.
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScrDPkaMsTae_3MisPaPle5df9q38-BPXc93FtQSO-9KXrtlw/viewform?usp=sharing
2. Constantinescu M., & Mureșan V. (2013) *Instituționalizarea Eticii: Mecanisme și Instrumente*. Editura Universității din București
3. Codul de Etică Corporativă Moldtelecom (2024). https://moldtelecom.md/files/Cod_Etic.pdf
4. Kaptein, M. (2008) *The Living Code*. GreenleafPub. Ltd., London

Coordonator științific: COVAȘ Lilia, conf. univ., dr.hab.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: lilia.covas@ase.md

TRANSFORMING AGRICULTURE THROUGH ECO-FRIENDLY PRACTICES

TRANSFORMAREA AGRICULTURII PRIN PRACTICI ECO-RESPONSABILE

JARDAN Silvian, student, specialitatea: Marketing și Logistică

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: jardan.silvian@ase.md

Abstract. *This article will explore the growing emphasis on sustainability and eco-responsibility in modern agriculture, driven by global climate concerns and shifting consumer expectations. It begins by contextualizing the urgency of climate action, referencing projected temperature increases and the historical evolution of sustainability movements. The discussion then shifts to how these trends have influenced agricultural practices, particularly the rise of eco-responsibility as a key focus for businesses. The article outlines a study involving agricultural companies certified under international sustainability standards, highlighting their adoption of eco-friendly practices such as water-efficient irrigation, crop rotation, and organic pest management. It examines the motivations behind these changes—including market demands, regulatory pressures, and climate resilience—and evaluates their economic and environmental impacts. Additionally, the piece addresses challenges faced by farmers in transitioning to sustainable methods and the role of certifications in enhancing credibility and market access. By synthesizing survey responses and existing literature, the article aims to demonstrate how sustainable agriculture can balance ecological stewardship with profitability. The conclusion reflects on broader implications for the sector, advocating for continued innovation and stakeholder collaboration to address global environmental crises.*

Key words: *Agriculture, eco-responsibility, sustainabilities, practices*

JEL CLASSIFICATION: M10, Q560

INTRODUCERE

Agricultura este un domeniu important al economiei naționale. Modul în care a fost practică-tă pe parcursul mai multor decenii, agricultura a avut un impact negativ semnificativ asupra mediului. Pentru a satisface cerințele unei populații în creștere a fost necesar de a ridica randamentul prin folosirea mai multor pământuri, îngrășăminte și pesticide. Dar acestea au dus la consecințe negative, precum defrișarea, degradarea solului, dispariția biodiversității, probleme de irigare și poluare. Acest lucru a contribuit la dezvoltarea unui nou tip de agricultură cunoscut sub numele de agricultură durabilă, model agricol axat pe conservarea pe termen lung a resurselor naturale și promovarea practicilor ecologice.

Pe de altă parte, creșterea medie globală a temperaturii este prevăzută să depășească permanent 1,5°C între 2026 și 2042, cu o estimare centrală în 2032, în timp ce menținerea situației actuale va duce la depășirea pragului de 2°C până în 2050 sau imediat după aceea (Responsible Science, 2023). Această situație a ridicat o conștientizare la nivel global ce a obligat autoritățile să acționeze. Agricultura, fiind unul dintre cele mai importante sectoare economice, se confruntă cu provocări semnificative generate de schimbările climatice și de cerințele pieței pentru produse eco friendly.

Scopul acestui articol este de a analiza impactul trendului de sustenabilitate și eco-responsabilitate asupra agriculturii și modul în care sectorul a răspuns acestor schimbări.

Pentru a putea atinge scopul propus, vom seta patru obiective care ne vor demonstra impactul și acțiunile întreprinse de agricultori.

1. Analiza succintă a cunoașterii teoretice privind agricultura eco-responsabilă;

2. Elaborarea unui chestionar și aplicarea acestuia pentru 5 companii din sectorul agricol din Republica Moldova, care au fost certificate GlobalG.A.P.

3. Analiza și sistematizarea răspunsurilor respondenților;

4. Generalizarea de concluzii.

Pentru a realiza scopul și obiectivele am utilizat diverse metode: studierea surselor bibliografice la tema de cercetare, inducția și deducția, comparația, analiza și sinteza, metode cantitative și calitative, inclusiv investigația prin anchetă etc.

REZULTATE

Sustenabilitatea datează încă din sec. XIX după cel de al doilea război mondial (Dhanani, 2020). Acest trend a început să aibă o creștere exponențială în ultimul deceniu.

Acest fapt a condus oamenii să devină din ce în ce mai concentrați pe sustenabilitatea business-urilor. Acest lucru putem să îl observăm foarte ușor din hashtag-uri. Pe instagram de exemplu #Sustainable are 1.7 milioane de postări, acest lucru arată o atenție deosebită asupra acestei probleme. În contextul sustenabilității, a apărut și un așa termen ca eco-responsabilitate, ceea ce se referă la responsabilitatea față de mediul înconjurător. Acest lucru a motivat stakeholderii să devină mai specifici referitor la anumite sectoare de business. Un sector foarte "afectat" de tendința de eco-responsabilitate este cel de agricultură. Cu un număr de 500 de mii de postări pe Instagram. De ce afectat? Deoarece oamenii au început să atragă atenție nu doar la ce mănâncă, dar și la cum această mâncare este crescută. Pe lângă controversile agriculturii animaliere, consumatorii au început să atace și agricultura vegetală. Din această cauză agriculturii au fost nevoiți să aplice anumite schimbări nu doar din cauze legislative, dar și din cauza stakeholderilor.

Agricultura ecologică reprezintă o soluție durabilă pentru protejarea mediului și menținerea sănătății solului, plantelor și animalelor. Aceasta presupune eliminarea pesticidelor și îngrășămintelor chimice, folosirea resurselor naturale și menținerea unui ecosistem echilibrat (Palade & Darii, 2021). Agricultură modernă trebuie să se adapteze la noile provocări climatice și ecologice prin adoptarea unor practici sustenabile, menite să protejeze solul, apa și biodiversitatea (Senic, Revenco & Malai, 2021). Printre practicile eco-responsabile se include rotația culturilor pentru menținerea fertilității solului și prevenirea dăunătorilor, utilizarea plantelor ca sursă de materie organică și azot, acoperirea solului cu resturi vegetale pentru conservarea umidității, utilizarea prădătorilor naturali și a metodelor mecanice și alegerea soiurilor adaptate climatului și solului local. De asemenea este importantă reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră prin practicarea unui management eficient al solului și evitarea arderii resturilor vegetale, protecția resurselor de apă prin implementarea unor sisteme de irigare eficiente și reducerea poluării surselor acvatice. Sunt practici bine fundamentate de agriculturii responsabili de mediul înconjurător.

Bazându-ne pe aceste practici, am decis să realizăm un sondaj printre companiile din sectorul agricol, care au fost certificate GlobalG.A.P, în baza unui chestionar. GlobalG.A.P. este un standard de certificare recunoscut la nivel internațional care asigură Bunele Practici Agricole. GlobalG.A.P. stabilește standarde internaționale care servesc drept garanție pentru siguranța alimentară, sănătatea și siguranța lucrătorilor, bunăstarea animalelor și protecția mediului. Deși este voluntară, certificarea GLOBALG.A.P. este din ce în ce mai vitală pentru companiile care doresc să activeze în sectoarele cu randament înalt, iar multe companii solicită GLOBALG.A.P. pe lângă certificarea lor ecologică. Este necesară această certificate pentru a da credibilitate rezultatelor chestionarului. Întrebările chestionarului sunt plasate în Chestionar. Inițial, am identificat 20 de companii, care corespund cerințelor noastre. Din ele au fost de acord cu solicitarea de a răspunde la întrebările din chestionar 5 companii: S.R.L. StarFruit Trio, GȚ Chișcă Rodica Nicolae și încă trei companii care au preferat să nu fie menționate, patru din aceste companii se ocupă ca gen principal de "Cultivarea fructelor sămânțoase și sămburoase". În total, chestionarul a inclus 7 întrebări, oferind respondenților posibilitatea de a selecta răspunsul cel mai potrivit pentru companie.

La întrebarea ”Ce practici ați început să folosiți pentru o dezvoltare eco-responsabilă?”, patru din companii au menționat trecerea la irigații eficiente, cum ar fi irigația prin picurare pentru a economisi apă; implementarea rotației culturilor și culturilor de acoperire pentru a menține sănătatea solului și a preveni eroziunea. StarFruit Trio SRL de asemenea a menționat că mai aplică principiile agriculturii conservative. Analizând aceste răspunsuri observăm nevoia de a menține solul umed și totodată economisind apa. De aceea am observat că în ciuda faptului că au un gen de activitate bazat pe plantarea culturilor multianuale (perene), aceștia utilizează plante sezoniere pentru a menține sănătatea solului.

Pentru a analiza cum decurge schimbarea eco, am dat o întrebare despre procesele acestor negustori și modificarea acestora, întrebarea sună astfel: ”Ce procese erau nevoie să fie modificate pentru o dezvoltare mai eco-responsabilă”. Respondenții au menționat că au schimbat sistemul de irigație pentru a economisi apă, iar trei din companiile chestionate au introdus practici de gestionare a dăunătorilor pentru a nu fi dependenți de pesticide chimice. Acest lucru poate fi implementat cu ajutorul unor metode ca plantarea plantelor capcană, aplicarea melcului organic sau rotația culturilor (Crivoi, 2019).

O întrebare foarte importantă pentru motivarea acestui domeniu este ”Ați observat o creștere în profituri în urma modificărilor?”, răspunsul tuturor agricultorilor a fost unanim, ferm spunând DA, deoarece au micșorat cheltuielile operaționale pentru apă și energie. Acest lucru confirmă cât de reușite sunt practicile eco-responsabile, fiind gândite pentru a aduce beneficiu nu doar mediului și consumatorilor, dar și companiilor. Astfel au răspuns și administratorii companiilor chestionate referitor la beneficiile dezvoltării eco-responsabile. Tot odată, ei au atras atenția și asupra unei gestiuni mai eficiente a riscurilor legate de schimbările climatice și reglementările viitoare. Aceasta ne arată îngrijorarea agricultorilor, deoarece totul este ca un sistem închis, iar daunele care le aduce agricultura incorectă, va dăuna tot agriculturii.

De asemenea am dorit să vedem ce a motivat companiile să regândească anumite procese pentru a deveni mai eco-responsabile. Patru au indicat că au fost motivați de cerințele pieței și ale consumatorilor pentru produse eco-friendly. Am fost curioși să aflăm care au fost motivele acreditării GLOBALG.A.P., iar răspunsurile erau de așteptat. Acreditarea ajută companiile să respecte cerințele legale și de reglementare, de asemenea să acceseze mai ușor piețele internaționale și noi clienți. Analizând răspunsurile putem observa cum trendul eco-responsabilității a motivat agricultorii să devină mai responsabili, ce le aduce un plus valoare concurenților care nu implementează practici eco-responsabile.

CONCLUZII

- Cercetarea realizată în cadrul prezentului articol a demonstrat necesitatea urgentă a transformării agriculturii prin practici eco-responsabile pentru asigurarea sustenabilității pe termen lung a sectorului agricol.

- Sustenabilitatea se bazează pe principiul simplu de a putea satisface nevoile prezente în așa fel încât să nu reducă capacitatea generațiilor viitoare de a-și îndeplini propriile nevoi.

- Sustenabilitatea agriculturii se numără printre elementele de bază ale celei de-a patra revoluții industriale pentru a răspunde provocărilor cererii în creștere ale populației globale în creștere și schimbărilor climatice.

- Dezvoltarea și adaptarea tehnologiilor inovatoare pot fi percepute ca o abordare dinamică care poate ajuta la îmbunătățirea producției agricole și la atenuarea amenințării penuriei de alimente la nivel mondial.

- Sondajul pe care l-am realizat în cadrul a 5 companii din sectorul agricol a demonstrat, că antreprenorii din Republica Moldova sunt preocupați de problemele ce țin de dezvoltarea unei agriculturi eco-responsabile și întreprind diverse măsuri în acest sens.

REFERINȚE

1. Crivoi, L. (2019). *Metode eficiente pentru a ține sub control bolile și dăunătorii în agricultura ecologică*. AgroEco
2. Dhanani, R. (2022). *Brief History of Sustainability. The Sustainable Agency*.
<https://thesustainableagency.com/blog/the-history-of-sustainability/>.
3. Palade, A. & Darii, D. (2021). *Practici ecologice în agricultură*. Chișinău: Centrul de Consultanță în Afaceri
4. Responsible Science (2023) The Point of No Return: How Close Is the World to Irreversible Climate Change? *Responsible Science*, (6).
5. Senic, I., Revenco, E. & Malai, E. (2021). *Ghid privind bunele practici în agricultura ecologică în contextul schimbărilor climatice*. Chișinău: UCIP IFAD

Coordonator științific: COTELNIC Ala, dr. hab., prof. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: acotelnic@yahoo.com

DEVELOPING THE COMPANY Î.M. "EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY" S.A. THROUGH PRODUCT DIVERSIFICATION

DEZVOLTAREA COMPANIEI Î.M. "EFES VITANTA MOLDOVA BREWERY" S.A. PRIN DIVERSIFICAREA PRODUSELOR

CODRIȚCHI Valeria, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: codritchi.victoria@ase.md

***Abstract:** In a constantly evolving world, product diversification for Efes Vitanta Moldova Brewery is a crucial strategy. This approach enables the company to remain competitive, thrive, and effectively tackle market challenges. Moreover, introducing new products helps in retaining loyal customers and attracting a broader audience. By expanding its product range, Efes Vitanta Moldova Brewery can ensure sustained growth and success in the dynamic market landscape.*

***Key words:** Product diversification, marketing strategy, financial performance, consumer preferences, innovation*

JEL CLASSIFICATION: M11; M31

INTRODUCERE

Efes Vitanta Moldova Brewery este una dintre cele mai mari și influente întreprinderi din Republica Moldova, având un rol semnificativ în economia națională prin contribuțiile sale substanțiale la bugetul de stat și PIB, conform Raportului Conducerii 2023 al companiei. Specializată în producerea berii și a băuturilor carbogazoase, compania se remarcă prin accentul pus pe diversificarea produselor, o strategie esențială care atenuează riscurile pieței și deschide noi căi pentru dezvoltare și inovare continuă.

Diversificarea produselor la Efes Vitanta Moldova Brewery este rezultatul unui proces bine structurat, care include cercetarea pieței, analiza preferințelor consumatorilor și testarea eficientă a produselor noi. Prin aceste metode, compania minimizează riscurile asociate cu lansarea de noi produse, asigurându-și stabilitatea și succesul pe termen lung. Evitarea dependenței de un singur produs contribuie la faptul că Efes Moldova deține o acoperire de 100% pe teritoriul Republicii Moldova, iar majoritatea berilor consumate în țară sunt produse de Efes.

Scopul prezentului articol constă în evidențierea strategiei de dezvoltare a companiei Î.M. "Efes Vitanta Moldova Brewery" S.A. prin diversificarea portofoliului de produse, în vederea creșterii competitivității pe piața locală și internațională.

În vederea realizării scopului propus analizăm dezvoltarea companiei Î.M. "Efes Vitanta Moldova Brewery" S.A. prin diversificarea produselor, utilizând surse bibliografice provenite în principal de la pagina oficială a întreprinderii, care conține rapoartele financiare din anii precedenți, precum și documentele interne.

Metodele de cercetare utilizate pentru oferirea informațiilor din cadrul acestui articol sunt cercetarea documentară și cantitativă.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Efes Vitanta Moldova Brewery, cu o echipă de peste 300 de angajați, pune un accent major pe departamentul de marketing, care contribuie semnificativ la lansarea cu succes a noilor produse pe piață. Procesul de diversificare implică cercetarea și analiza pieței pentru identificarea oportunităților, generarea și evaluarea ideilor de produse noi, dezvoltarea și testarea acestora, și lansarea și monitorizarea pro-

dușelor pe piață. Cercetarea include analiza datelor interne, interviuri cu consumatorii și analiza concurenței. Ideile sunt evaluate pe baza potențialului pieței, fezabilității și avantajelor competitive. Dezvoltarea produselor implică crearea rețetelor, designul ambalajului, stabilirea prețului și strategia de marketing. Prototipurile sunt testate cu consumatorii pentru feedback, iar lansarea produselor este urmată de monitorizarea performanței și ajustarea strategiilor de marketing.

Conform unui studiu Benchmark International (Benchmark International, 2024), industria berii la nivel mondial se află într-o continuă evoluție, cu tendințe semnificative precum creșterea popularității berilor artizanale, a berilor fără alcool și a celor cu aditivi naturali. Efes Vitanta Moldova Brewery ține cont de aceste tendințe și își adaptează strategia de producție și marketing pentru a răspunde cerințelor pieței. În cadrul Turului Berii Chișinău, vizitatorii pot gusta berea nefiltrată Chișinău, direct din tank-ul de fermentare, considerată o bere artizanală datorită metodelor tradiționale și ingredientelor naturale folosite. Efes Vitanta Moldova Brewery a extins recent gama de produse fără alcool, introducând variante precum Radler cu zmeură, grapefruit, ananas și mango, pentru a răspunde cerințelor consumatorilor care preferă opțiuni fără alcool. Prin aceste inițiative, Efes Vitanta Moldova Brewery demonstrează capacitatea de a se adapta la tendințele globale și locale, oferind produse de calitate care satisfac diverse preferințe ale consumatorilor.

În ciuda dificultăților din 2023, datorate crizei energetice și efectelor inflației din anul anterior, Efes Vitanta Moldova Brewery a reușit să își întărească poziția financiară și să mențină un nivel satisfăcător al performanței financiare. Acest lucru este vizibil, dacă urmărim informația prezentată în Tabelul 1. În ciuda provocărilor întâmpinate pe parcursul anului, Efes a reușit să obțină o creștere a veniturilor de 3,2%. Obiectivele pentru anul 2025 au rămas neschimbate: creșterea veniturilor într-un mod profitabil, menținerea unei marje de profit sustenabile, gestionarea eficientă a capitalului circulant și a investițiilor, diversificarea portofoliului și digitalizarea proceselor.

Tabelul 1. Indicatori din situația profitului sau pierderii

Indicatori din situația profitului sau pierderii	2022	2023	Δ%
Volumul vânzărilor (mii litri)	74.068	67.997	-8,2
Venituri din vânzări (mii MDL)	925.818	955.850	+3,2
Venituri din vânzări (mii MDL per litru)	12,50	14,06	+12,5
Costul vânzărilor (mii MDL)	458.670	461.890	+0,7
Rezultatul din activitatea operațională (mii MDL)	203.896	185.047	-9,2
Marja rezultatului din activitatea operațională (%)	21,4	19,4	-2,0 p.p.
Deprecierea și amortizarea (mii MDL)	74.250	83.430	+12,4
Profitul net ale perioadei de gestiune (mii MDL)	160.099	132.266	-17,4
Marja profitului net (%)	16,8	13,8	-3.0 p.p.

Sursa: Raportul conducerii 2023 Efes Moldova

Un exemplu recent de diversificare cu succes este brandul de bere FINCH. Lansată în primăvara anului 2023, FINCH este o bere lejeră și ușor de băut, în ambalaj transparent, ce îmbină note subtile de hamei și o aromă delicată de malț. Această bere inspiră consumatorii să fie spontani și să savureze fiecare moment. În primul an de la lansare, FINCH a devenit cea de-a doua cea mai apreciată bere din țară, conform raportului conducerii Efes Vitanta Moldova Brewery din 2023. Prin lansarea FINCH, compania demonstrează capacitatea de a inova și de a răspunde cerințelor pieței, consolidându-și poziția de lider în industria berii din Moldova.

Diversificarea portofoliului de produse la Efes Vitanta Moldova Brewery include atât introducerea de noi produse, cât și modificarea celor existente. Procesul de redesign și rebranding al produsului Jiguliovskoe este un exemplu relevant, echipa de brand dorind să "premiumizeze designul etichetei brandului Jiguliovskoe, menținându-i elementele distinctive". Prin aceste acțiuni, Efes Vitanta demonstrează grijă față de fiecare marcă din portofoliu, investind considerabil în etapele de inițiere și maturitate ale mărcilor pentru a preveni declinul acestora. Conform timeline-ului din Figura 1, fiecare etapă este bine definită, începând cu colaborarea cu o agenție de design și continuând până la producerea berii în noul ambalaj. Aceste timeline-uri sunt frecvent utilizate în companie, în special în procesul de diversificare a produselor, fiind extrem de utile.

ACTIVITATE		STATUS	Aprilie				Mai						Iunie				Iulie				
			14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
AMBALAJ ET 0,9 L ETICHETE & GRAFICĂ															UMPLE-RE		LANSARE				
	Briefing agenție	ÎNCEPUT																			
	Dezvoltarea conceptu- lui	PLANIFICAT																			
	Selecția conceptului	PLANIFICAT																			
	Ajustări finale și fișiere de imprimare	PLANIFICAT																			
	Comandă etichetă PET	PLANIFICAT																			
	Producția și livrarea etichetei PET	PLANIFICAT																			
	Comandă etichetă GB	PLANIFICAT																			
	Producția și livrarea etichetei GB	PLANIFICAT																			
PRODUCE-RE	UMPLERE & LANSARE																				
	UMPLERE	PLANIFICAT																			
	AMBALARE	PLANIFICAT																			
	LANSARE	PLANIFICAT																			

Figura 1. Timeline Rebranding Jiguleovskoe

Sursa: Extras din brief-ul elaborat de către echipa de brand Efes pentru agenția de design.

Efes pune un accent major pe testarea produselor. Un exemplu relevant este testul preferințelor de gust pentru Radler, care a evaluat preferința consumatorilor pentru noile arome de zmeură și vișină. La test au participat 201 consumatori cu vârsta între 18 și 35 de ani, recrutați aleatoriu din Chișinău, Bălți și Cahul. Participanții au degustat două probe de Radler și le-au evaluat pe o scară de 7 puncte. Rezultatele au arătat că 38% dintre participanți au evaluat gustul de vișină ca fiind "excellent", 49% - bun, 12% - satisfăcător și 1% - rău, în timp ce gustul de zmeură a obținut 43% - "excellent", 46% - bun, 9% - satisfăcător și 2% - rău. Estimările medii au fost de 5,84 puncte pentru vișină și 5,5 puncte pentru zmeură. Majoritatea participanților au evaluat ambele arome ca fiind "excelente" sau "bune", iar gustul de zmeură a fost cel mai apreciat, fiind cu 5% mai apreciat decât cel de vișină la capitolul "excellent" (Figura 2). În final, s-a decis lansarea noului Radler cu gust de zmeură, datorită cererii semnificative din partea publicului țintă.

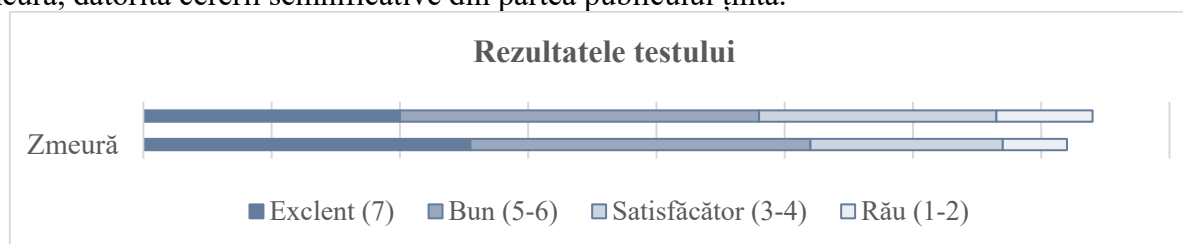


Figura 2. Rezultatele în urma testului preferințelor de gust (noua extensie Radler)

Sursa: Elaborat de autor în baza informației din Raportul Conducerii 2023 Efes Moldova

Efes Vitanta Moldova Brewery se remarcă prin deținerea celui mai vast portofoliu de produse de bere din Republica Moldova, conform unei cercetări recente realizate în cadrul întreprinderii. Compania este pionier în segmentele radler și cidru, aducând inovație și diversitate pe piața locală a băuturilor.

Rețeaua de distribuție a Efes Vitanta acoperă întreg teritoriul Moldovei, asigurând accesul consumatorilor din toate regiunile la produsele sale. Un aspect impresionant este faptul că 60% din berea consumată în țară este produsă la uzina Efes, subliniind astfel importanța și influența companiei în industria berii.

Datorită portofoliului său extins și variat, Efes Vitanta Moldova Brewery se poziționează ca lider de piață principal, dominând volumul vânzărilor. Această poziție de top este susținută de angajamentul companiei față de calitate și inovație, precum și de capacitatea sa de a răspunde cerințelor și preferințelor consumatorilor locali. (Figura 3).

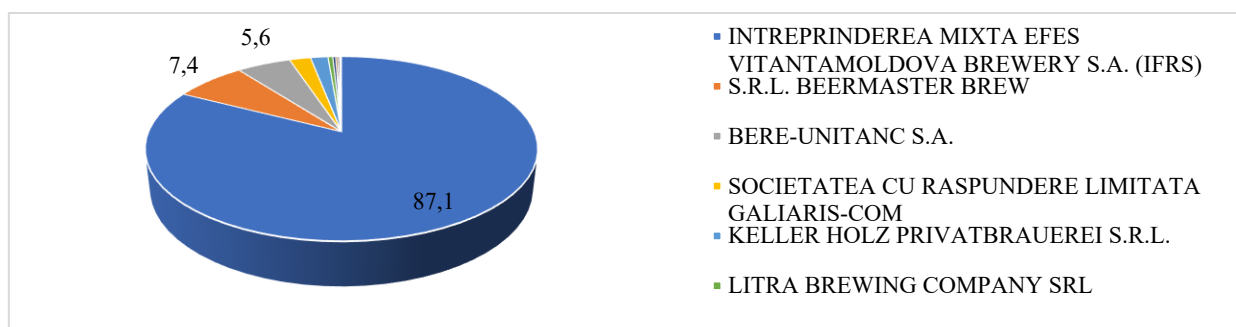


Figura 3. Lideri de piață după volumul vânzărilor pentru 2023

Sursa: Data2B, Baza de date B2B din Moldova. <https://www.data2b.md>

La nivel național, Efes Vitanta Moldova Brewery domină piața berii cu o cotă de 87.1%, conform schemei prezentate. Principalii concurenți, Beermaster și Bere Unitanc, dețin cote de piață de 7.4% și respectiv 5.6%, în timp ce celelalte companii au o prezență mai redusă.

Diversitatea concurenței impune Efes Moldova să fie inovatoare și adaptabilă pentru a-și menține poziția de lider. Compania trebuie să continue să investească în dezvoltarea de noi produse și tehnologii, să îmbunătățească procesele de producție și să răspundă prompt la schimbările din preferințele consumatorilor. În plus, angajamentul față de calitate și responsabilitate socială joacă un rol crucial în menținerea competitivității pe piață.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Efes Vitanta Moldova Brewery demonstrează, prin diversificarea produselor și adaptarea la tendințele pieței, o strategie eficientă de creștere și inovare. Compania menține o poziție de lider pe piața berii din Moldova datorită unui portofoliu extins și unei rețele de distribuție care acoperă întreg teritoriul țării. Investițiile în marketing, cercetare și dezvoltare, precum și testarea riguroasă a produselor, asigură lansarea cu succes a noilor produse și satisfacerea preferințelor consumatorilor.

Diversificarea produselor rămâne un pilon central al strategiei Efes Vitanta Moldova Brewery. Continuarea introducerii de noi produse și îmbunătățirea celor existente sunt esențiale pentru a răspunde cerințelor pieței și pentru a menține avantajul competitiv. În plus, accelerarea digitalizării proceselor va optimiza operațiunile și va îmbunătăți eficiența. Adoptarea unor practici ecologice și menținerea standardelor înalte de calitate vor atrage și fideliza consumatorii. De asemenea, monitorizarea continuă a pieței și concurenței va permite adaptarea rapidă la schimbările pieței și implementarea unor strategii inovatoare pentru a rămâne competitivă. Prin aceste măsuri, Efes Vitanta Moldova Brewery poate asigura o creștere sustenabilă și poate continua să fie un lider inovator în industria berii din Moldova.

REFERINȚE:

1. Benchmark International (11 septembrie 2024). <https://www.benchmarkintl.com/insights/2024-global-beer-and-brewery-industry-report/>
2. Data2B, Baza de date B2B din Moldova. (n.d.) <https://www.data2b.md>
3. Efes Moldova (n.d.). <https://efesmoldiva.md/noutati/vreau-la-tur/>
4. Raportul Conducerii 2023 Efes (2024). <https://efesmoldiva.md/wp-content/uploads/2024/06/Raportul-Conducerii-2023-Efes-Moldova.pdf>

Coordonator științific: COTELNIC Ala, dr. hab., prof. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: cotelnic.ala@ase.md

SECȚIUNEA 2

PERSPECTIVE DE DEZVOLTARE ÎN SFERA SERVICIILOR: COMERȚ, TURISM ȘI ALIMENTAȚIE PUBLICĂ

CREATING AND DEVELOPING OF INNOVATIVE BREAD VARIETIES

CREAREA ȘI DEZVOLTAREA SORTIMENTELOR INOVATIVE DE PÂINE

BUTUC Maria-Magdalena, studentă, specialitatea: TMAP

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: butuc.maria_magdalena@ase.md

Abstract. Innovative assortments of sourdough bread are an important area of research due to the growing consumer interest in artisanal and functional bakery products. The aim of this research is to analyze the producers of sourdough bread on the Moldovan market and to develop innovative bread assortments. The methods used include market analysis to identify current trends, selection of innovative ingredients such as charcoal, spirulina, turmeric, cranberries and oregano and optimization of the technological process through natural fermentation. The results of the research show that the assortments developed possess special characteristics, each bread assortment is distinguished by its distinctive taste, and the number of bread producers in the country is increasing.

Keywords: Bread, Sourdough, Innovative recipes, Functional bread

JEL CLASSIFICATION: L66, O31, Q16

INTRODUCERE

Pâinea reprezintă unul dintre cele mai consumate alimente de bază la nivel mondial, având o importanță esențială în alimentația zilnică. Evoluția cerințelor consumatorilor, care manifestă un interes tot mai crescut pentru produse sănătoase, naturale și diversificate, a determinat dezvoltarea unor sortimente inovative de pâine. Acestea includ utilizarea ingredientelor funcționale, îmbunătățirea valorii nutriționale și aplicarea unor tehnologii avansate de fermentație.

Un exemplu notabil în acest context este pâinea cu maia, apreciată pentru compoziția sa microbiană complexă, care influențează pozitiv atât caracteristicile senzoriale, cât și proprietățile reologice ale produsului final. Spre deosebire de alți agenți de fermentație, maiua contribuie la dezvoltarea unui profil aromatic distinct, la îmbunătățirea texturii și la prelungirea termenului de valabilitate, făcând pâinea mai ușor digerabilă și mai nutritivă (Kashika, 2021).

Prezenta cercetare își propune să analizeze producătorii de pâine cu maia din Republica Moldova, să identifice tipurile de pâini produse de aceștia și ingredientele inovative utilizate și să dezvolte sortimente experimentale adaptate cerințelor pieței locale.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Pentru sporirea valorii funcționale a pâinii, în cadrul elaborării sortimentelor inovative au fost utilizate ingrediente cu proprietăți benefice dovedite, fiecare contribuind la îmbunătățirea calităților nutriționale și senzoriale ale produsului final:

1. **Cărbunele activ** – recunoscut pentru efectele sale detoxifiante, acesta ajută la absorbția toxinelor și sprijină sănătatea digestivă. În plus, conferă pâinii o textură aerată și o culoare distinctă (Brandon, 2017).

2. **Spirulina** – o algă bogată în proteine, aminoacizi esențiali și vitamine, care contribuie la creșterea conținutului proteic al pâinii și oferă beneficii antioxidante și antiinflamatorii.

3. **Curcuma** – datorită curcuminei, compusul său activ, are efecte antiinflamatoare și antioxidante, susținând sănătatea sistemului imunitar și menținerea echilibrului florei intestinale (Brown, 2025).

4. **Răchițele** – sursă valoroasă de polifenoli și vitamina C, cu efecte benefice asupra sistemului cardiovascular și imunitar. Aduagă pâinii un gust plăcut, dulce-acrișor (Shubbrook, 2023).

5. **Oregano** – plantă aromatică cu proprietăți antimicrobiene naturale, care îmbunătățește profilul aromatic al pâinii.

Metodele de cercetare utilizate

Pentru dezvoltarea sortimentelor inovative de pâine, au fost aplicate metode de analiză a pieței și metode experimentale, astfel: • **Analiza producătorilor de pâine** – Studiu asupra producătorilor din Republica Moldova, identificând sortimentele și ingredientele utilizate. • **Metoda experimentală** – Elaborarea și testarea unor sortimente inovative cu ingrediente funcționale, evaluând caracteristicile senzoriale. • **Calculul valorii energetice** – Determinarea valorii energetice pentru fiecare sortiment, oferind informații nutriționale relevante. Această abordare combinată a condus la dezvoltarea unor sortimente inovative de pâine, adaptate cerințelor pieței.

În tabelul de mai jos se prezintă principalii producători de pâine din Republica Moldova, alături de localitatea în care își desfășoară activitatea și tipurile de pâine pe care le produc.

Tabelul 1. Analiza producătorilor de pâine comercializată pe piața Republicii Moldova

Denumirea producătorilor	Localitatea	Sortimentul de pâine elaborat
1	2	3
Franzeluța S.A	Chișinău	Pâine din făină de grâu, integrală, secară, cu semințe, fructe uscate
Șapte Spice	Chișinău	Pâine din făină de grâu, integrală, secară, spelta, porumb, cu semințe
Brodețchi	Orhei	Pâine din făină de grâu, integrală, secară, cu semințe.
Milina	Taraclia, Comrat, Anenii Noi, Drochia	Pâine din făină de grâu, integrală, secară, cu semințe, fructe uscate
Paninella	Chișinău	Pâine din făină de grâu, porumb tărate, cu adaos de semințe
Marcu Bakery	Orhei	Pâine din făină de grâu, secară, cu adaos de semințe
Brutăria Bardar	Ialoveni, sat. Bardar	Pâine din făină de grâu
Cahul Pan	Cahul	Pâine din făină de grâu, secară, tărate, cu adaos de semințe
Combinatul de pâine din Bălți	Bălți	Pâine din făină de grâu, secară, cu adaos de fructe uscate, semințe
Iarba Noastră	Chișinău	Pâine pe maia din făină de grâu, secară, alac, spelta, mei, hrișcă
Granier	Chișinău	Pâine pe maia din făină de grâu, secară, cu adaosuri de semințe
Miez	Chișinău	Pâine pe maia din făină de grâu, secară, hrișcă, cu adaosuri de semințe, fructe uscate
Mirror	Chișinău	Pâine pe maia din făină de grâu, secară, hrișcă, cu adaosuri de semințe, fructe uscate
Brutăria Mioliei	Chișinău	Pâine pe maia din făină de grâu, secară, hrișcă, cu adaosuri de semințe, cașcavaluri
Retro Bakery	Chișinău	Pâine pe maia din malț și orz, din făină de grâu, secară
Sincer Gastro-market	Chișinău	Pâine din făină de grâu, făină integrală, hrișcă, spelta, secară
Bread Corner	Chișinău	Pâine pe maia din făină de grâu, integrală, secară, cu adaosuri de semințe, ierburi uscate

Panificio Mia	Strășeni, Vorniceni	Pâine pe maia din făină de grâu
Panivita	Rezina	Pâine pe maia din făină de grâu, seacă, cu adaos de semințe
Brutăria Nenes-cu	Drochia, sat. Chetrosu	Pâine pe maia din făină de grâu

Sursa: Elaborat de autor

Tabelul prezintă producători din Republica Moldova, majoritatea din Chișinău, care oferă sortimente de pâine tradiționale și inovative, cu adaosuri de semințe, fructe uscate și ingrediente funcționale, precum maia sau malț.

Pentru dezvoltarea sortimentelor inovative de pâine, s-a aplicat metoda experimentală, care a permis optimizarea rețetelor și testarea ingredientelor funcționale. Procesul tehnologic de preparare este ilustrat în Figura 1.

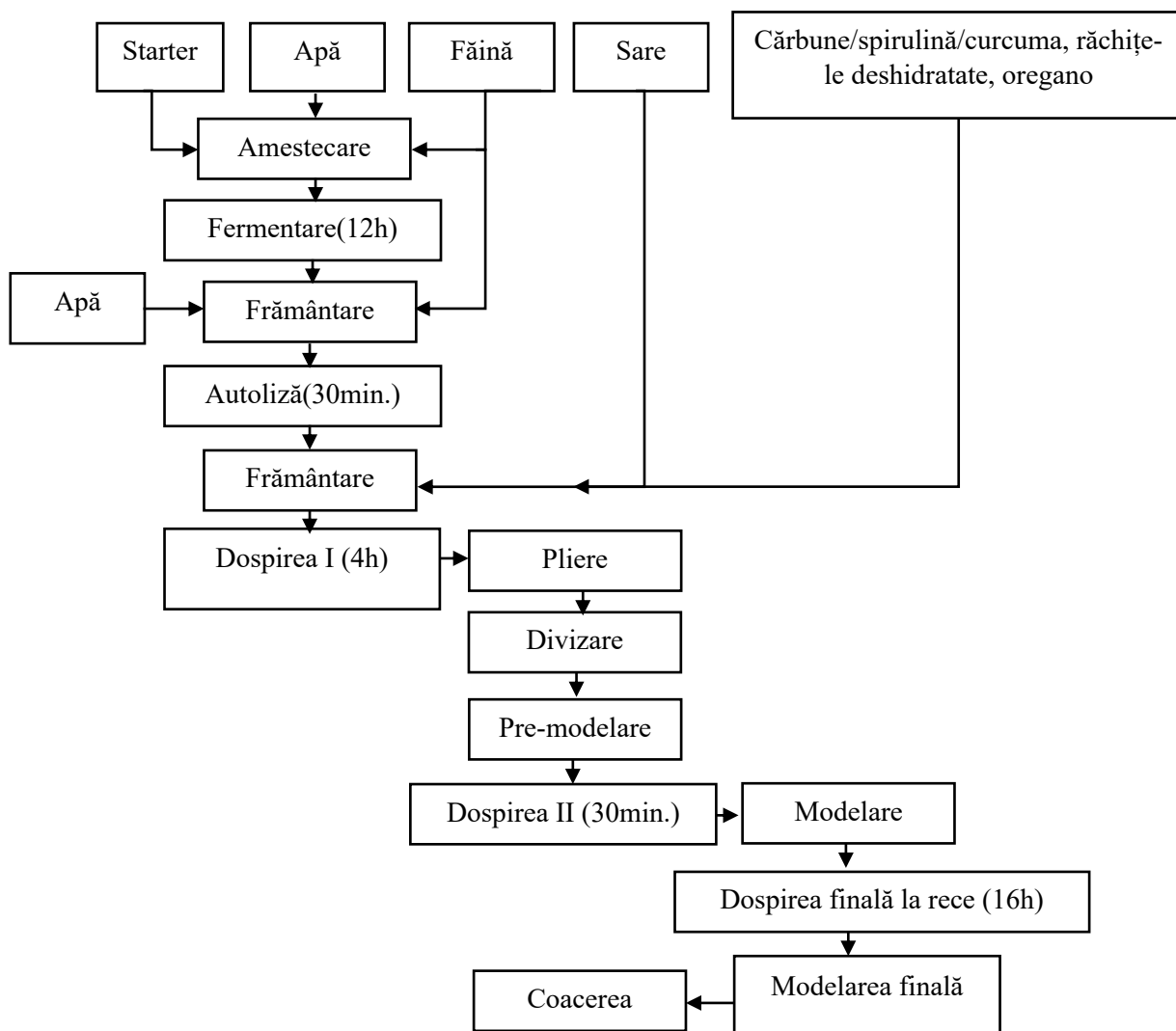


Figura 1. Schema tehnologică de preparare a pâinii cu maia

Sursa: Elaborat de autor

Au fost dezvoltate rețetele inovative pentru sortimentele de pâine studiate, prezentate în tabelul 2.

Tabelul 2. Rețeta sortimentelor de pâini elaborate

Sortimentul pâinilor	Ingrediente, g.									Masa finită (g)
	Făină de grâu, calitate superioară	Apă	Starter	Cărbune	Spirulină	Curcuma	Oregano	Răchițele	Sare	
cu cărbune	380	252	20	3	-	-	-	-	8	560
cu spirulină	380	252	20	-	2	-	-	-	8	560
cu curcuma, cărbune și spirulină	380	252	20	2	2	6	-	-	8	560
cu oregano și răchițele	380	252	20	-	-	-	5	100	8	665

Sursa: Elaborat de autor

Analizând sortimentele create, fiecare din acestea prezintă niște caracteristici distincte din punct de vedere senzorial. Pâinea cu cărbune se remarcă prin culoarea intensă și proprietățile detoxifiante, având o aromă neutră. Pâinea cu spirulină oferă un aport valoros de proteine și antioxidanți, dar și aromă ușoară de alge. Sortimentul care combină cărbune, spirulină și curcuma este mai complex din punct de vedere a beneficiilor funcționale, iar pâinea cu răchițele și oregano se remarcă prin combinația de dulce a răchițelor și aroma intensă a oreganului.

Valoarea energetică a fost determinată prin metoda de calcul, conform formulei: $VE \text{ (kcal/100 g produs)} = \text{proteine (g/100 g produs)} \times 4 + \text{lipide (g/100 g produs)} \times 9 + \text{glucide (g/100 g produs)} \times 4$ (Calmăș, 2020).

Rezultatele calculelor sunt indicate în tabelul 3.

Tabelul 3. Valoarea energetică a pâinilor elaborate

Produsele elaborate	Valoarea energetică pentru 100g produs, kcal
Pâine cu cărbune	148
Pâine cu spirulină	149
Pâine cu curcuma, cărbune și spirulină	151
Pâine cu oregano și răchițele	180

Sursa: Elaborat de autor

CONCLUZII

Analiza pieței din Republica Moldova a relevat un interes crescut pentru pâinea cu maia, indicând un potențial semnificativ pentru dezvoltarea de sortimente inovative.

Dezvoltarea celor patru sortimente de pâine cu maia, cu adaosuri de cărbune, spirulină, curcuma, răchițele și oregano, a demonstrat că integrarea ingredientelor funcționale și utilizarea tehnologiilor moderne de fermentație pot adăuga valoare produselor, deschizând noi oportunități în industria panificației.

Se recomandă continuarea cercetărilor privind impactul acestor ingrediente funcționale asupra sănătății consumatorilor și promovarea acestor produse inovative pentru a răspunde cerințelor actuale ale pieței.

REFERINȚE:

- Brandon, B. (2017). *Activated Charcoal for Health*. <https://www.simonandschuster.com/books/Activated-Charcoal-for-Health/Britt-Brandon/For-Health/9781507204672>
- Brown, M. E. (2025). *Turmeric Benefits*. The Johns Hopkins University. <https://www.hopkinsmedicine.org/health/wellness-and-prevention/turmeric-benefits>.
- Calmăș, V. (2020). *Fundamentele nutriției umane*. ASEM

4. Kashika, A. (2021). *Trend in Food Science and Technology*.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0924224420307202>.
5. Shubrook, N. (2023). *Top 10 health benefits of cranberries*. <https://www.bbcgoodfood.com/health/nutrition/health-benefits-cranberries>.

Coordonator științific: TABUNȘCIC Olga, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: tabunscic.olga@ase.md

RESEARCH ON THE QUALITY OF FRESH COW'S CHEESE MARKETED IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

CERCETĂRI CU PRIVIRE LA CALITATEA BRÂNZEI DE VACI PROASPETE COMERCIALIZATE PE PIAȚA REPUBLICII MOLDOVA

¹**BUTUC Maria-Magdalena, studentă, specialitatea: TMAP**
e-mail autor: butuc.maria_magdalena@ase.md

²**LAZUR Victoria, studentă, specialitatea: TMAP**
e-mail autor: lazur.victoria@ase.md

³**CORCIMARI Victor, student, specialitatea: TMAP**
e-mail autor: corcimari.victor.tehc@ase.md

^{1,2,3} Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Abstract. *This research comparatively evaluates the quality of cow's cheese from different producers by analyzing relevant parameters (composition, physico-chemical, microbiological, and organoleptic indices) and identifying potential non-conformities. Eight samples from local and foreign producers were evaluated using standardized methods. The results indicate significant differences between producers, particularly regarding microbiological compliance and acidity variations. The findings suggest a lack of uniform quality across producers and highlight the urgent need for stricter microbiological monitoring, improved production practices, and accurate product labeling. Ensuring compliance with established quality and safety standards is essential for consumer protection and maintaining public trust in dairy products. This study emphasizes the importance of continuous quality assessment to ensure the safety and consistency of fresh cow's cheese in the Republic of Moldova.*

Keywords: *Cottage cheese, Salmonella, Dairy products, Microbiological analysis*

JEL CLASSIFICATION: L66

INTRODUCERE

Brânza de vaci proaspătă este unul dintre cele mai populare produse lactate, fiind un produs lactat fermentat, rezultat din coagularea laptelui de vacă, apreciat pentru valoarea sa nutritivă și beneficiile asupra sănătății (Hotărârea Guvernului RM, 2019).

Calitatea acestui produs este influențată de multiple variabile, inclusiv compoziția laptelui utilizat, metodele de procesare și condițiile de depozitare. În contextul pieței din Republica Moldova, există multiple mărci de brânză de vaci disponibile, fiecare având caracteristici distincte.

Această cercetare își propune să evalueze comparativ calitatea brânzei de vaci proaspete comercializate pe piața Republicii Moldova, analizând aspecte esențiale precum compoziția, indicii fizico-chimici, parametrii microbiologici și caracteristicile organoleptice. Rezultatele obținute vor permite evidențierea potențialelor neconformități și vor oferi recomandări pentru îmbunătățirea calității produselor lactate.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Brânza se prepară prin coagularea laptelui, proces care presupune separarea acestuia în partea solidă și partea lichidă - zer. Coagularea poate fi realizată prin adăugarea de cheag (enzime), prin fermentarea cu bacteriilor lactice sau fermentarea mixtă (cu bacterii lactice și cheag).

În lucrarea noastră de cercetare ne-am propus următoarele obiective:

* Verificarea corectitudinii marcării și etichetării brânzei analizate;

* Analiza indicilor organoleptici și a unor indici fizico-chimici;

* Determinarea prezenței microorganismelor condiționat-patogene din familia Entiobacteriaceae (în special Salmonella și Escherichia coli).

Metodele de cercetare utilizate:

▪ Metode de analiză:

1. Analiza compoziției declarate pe eticheta produsului. Se analizează informația indicată pe eticheta produsului, după metoda standardizată (conform Regulamentul sanitar privind mențiunile nutriționale și de sănătate înscrise pe produsele alimentare).

2. Analiza indicilor organoleptici. Se analizează aspectul, consistența, culoarea, mirosul și gustul, după metoda nestandardizată cu scara de punctaj 0...25 puncte. Treptele de apreciere a calității organoleptice au fost stabilite în funcție de punctajul total acumulat și pe baza acestora s-a determinat nivelul de calitate a brânzei.

▪ Metode experimentale:

1. Determinarea umidității. Umiditatea s-a determinat prin metoda clasică de uscare în etuvă până la masa constantă. Rezultatele obținute sunt prezentate în tabelul 2.

2. Determinarea acidității: Aciditatea totală s-a determinat prin titrare cu NaOH(0,1N).

3. Determinarea prezenței bacteriilor de tip *Salmonella* și *E. coli*. Probele de brânză se mărunțesc, se amestecă cu o cantitate anumită de apă sterilă și se lasă pentru 30 min în repaus. Pe mediile selective de cultură Endo sterile se însămânțează proba pregătită în condiții sterile și se lasă la termostat pentru 2 zile la temperatura de 37°C. Rezultatele obținute sunt prezentate în tabelul 2.

Obiectul de studiu: ca obiect de studiu au servit 8 probe de brânză de vaci proaspătă de la diferiți producători(5 autohtoni și 3 din Ucraina).

Tabelul 1. Rezultatele analizei informaționale declarate pe eticheta produsului

Producător	"Incom-lac" SA	"Lampmol" SRL (Căsuța mea)	"Latti,,	"JLC,, SA	ÎCS "Lactalis-Alba" SRL (President)	"Lactis" SA	LLC "Organic Milk"	"Fabrica Oloi Pac" SRL (Sana)
Descriere								
Orașul/Țara	Bălți	Călărași	Ucraina	Chișinău	Nicolaev, Ucraina	Rîșcani	Jîtomîr, Ucraina	Comrat
Ingrediente	Lapte de vacă normalizat pasteurizat, culturi starter de microorganisme lactice mezofile	Lapte de vacă normalizat, maiele bacteriene	Lapte de vaci degresat, lapte de vaci integral, culturi de bacterii acidolactice	Lapte de vacă normalizat pasteurizat, culturi starter de microorganisme lactice mezofile	Lapte normalizat, agent de solidificare: clorură de calciu; maia bacteriană; enzime de coagulare	Lapte de vacă pasteurizat, culturi lactice selecționate	Lapte de vacă normalizat-organic, maia bacteriană(culturi starter de microorganisme lactice)	Lapte normalizat, maia bacteriană

Conținutul de grăsime	9%	9%	5,5%	5,5%	5%	5%	5%	5%
Valoarea nutritivă	Grăsimi-9,0 g din care: acizi grași saturați-5,2 g Glucide-2,0 g din care: zaharuri-2,0 g Proteine-16,7 g Sare*-0,04 g	Grăsimi-9,0 g din care: acizi grași saturați-5,2 g Glucide-2,0 g din care: zaharuri-2,0 g Proteine-16,7 g Sare*-0,1 g	Grăsimi-5,5 g din care: acizi grași saturați-2,9 g Glucide-1,8 g din care: zaharuri-1,8g Proteine-17,0 g Sare*-0,04 g	Grăsimi-5,5 g din care: acizi grași saturați-2,9 g Glucide-1,8 g din care: zaharuri-1,8g Proteine-17,0 g Sare*-0,04 g	Grăsimi-5,0 g din care: grăsimi sature-3,25 g Glucide-1,8 g din care: zaharuri-1,8g Proteine-14,0 g Sare*-0,10	Grăsimi-5,0 g din care: acizi grași saturați-2,9 g Glucide-1,8 g din care: zaharuri-1,8g Proteine-17,0 g Sare*-0,04 g	Grăsimi-5,0 g din care: acizi grași saturați-3,2 g Glucide-1,7 g din care: zaharuri-1,7g Proteine-16,0 g Sare*-0,2 g	Grăsimi-5,0 g din care: acizi grași saturați-2,89 g, acizi grași mono-nesaturați-1,28g, acizi grași poline-saturați-0,28 Glucide-1,8 g din care: zaharuri-1,8g Proteine-17,0 g Sare*-0,1 g
Valoarea energetică de pe etichetă/calculată	156 kcal/ 156kcal	159 kcal/ 156kcal	114kcal/ 114kcal	125kcal/ 125kcal	108kcal/ 108kcal	120kcal/ 120kcal	117kcal/ 116kcal	124kcal/ 124kcal
Masa netă	500 g	500 g	350g	500g	300g	500g	300g	500g
Data expirării	15.11.24	21.11.24	05.12.24	16.11.24	01.01.25	12.12.24	19.12.24	09.12.24
Nr. de zile până la expirare	1	5	21	2	24	4	11	1
Tipul ambalajului	Ambalaj din polietilenă	Ambalaj din polietilenă	Ambalaj din polietilenă, ambalat în atmosferă protectoare	Ambalaj din polietilenă	Ambalaj din polietilenă, ambalat sub atmosferă modificată	Ambalaj din polietilenă	Ambalaj din polietilenă, ambalat sub atmosferă modificată	Ambalaj din polietilenă
Preț, lei/kg	93,00	95,00	92,85	86,30	93,33	64,40	141,33	84,80

Sursa: Elaborat de autori

Tabelul 2. Rezultatele analizei indicilor fizico-chimici și microbiologici

Indicii \ Producător	"Incom-lac" SA	"Lampmol" SRL (Căsuța mea)	"Latti,,"	"JLC,, SA	ÎCS "Lactalis-Alba" SRL (President)	"Lactis" SA	LLC "Organic Milk"	"Fabrica Oloi Pac" SRL (Sana)
Indicii fizico-chimici								
Umiditatea, max. 80% (Hotărârea Guvernului RM, 2019)	68,5	75	72	74,5	77,8	75,4	74,7	80,3
Aciditatea, 160-240°T	143	93	129	114	123	117	141	132
Indicii microbiologici								
Salmonella, Absentă în 25 g (Hotărârea Guvernului RM, 2009)	$1,5 \times 10^3$	6×10^3	$1,25 \times 10^2$	$8,75 \times 10^3$	0	$3,5 \times 10^2$	0	0
E.Coli, max 1000ufc.	88	28	370	101	0	0	8750	17500

Sursa: Elaborat de autori

Tabelul 3. Rezultatele analizei indicilor organoleptici

Indicii organoleptici	Scara de punctaj	"Incomlac" SA	"Lampmol" SRL (Căsuța mea)	"Latti,,"	"JLC,, SA	ÎCS "Lactalis-Alba" SRL (President)	"Lactis" SA	LLC "Organic Milk"	"Fabrica Oloi Pac" SRL (Sana)
Aspect	0...5	4,1	4,3	3,5	3,7	3	3,8	4,6	4,1
Consistență	0...5	3,7	3	3,2	3,4	3,5	3,5	4	4,2
Culoare	0...5	4,5	4,5	4,1	4,5	3,7	4,2	4,7	3,6
Miros	0...5	3,4	4	3,8	3,6	3,7	3,2	4,1	4,5
Gust	0...5	3,2	3,4	3,7	3,1	3,8	2,5	4	4,5
Total punctaj	0.....25	18,9	19,8	18,3	18,3	17,7	17,2	21,4	20,9

Sursa: Elaborat de autori

CONCLUZII

Analiza etichetelor produselor a relevat discrepanțe minore între valoarea energetică declarată și cea calculată. În cazul „Lampmol” SRL, eticheta specifică 159 kcal, în timp ce valoarea calculată este de 156 kcal, aspect care poate induce consumatorii în eroare.

Analiza comparativă a brânzei de vaci proaspătă arată diferențe semnificative în ceea ce privește parametrii fizico-chimici, microbiologici și organoleptici și anume conținutul de umiditate variază între 68,5% și 80,3%(este în limitele normei), iar aciditatea este sub limita standard la toate 8 probe de brânză analizate.

Cercetările microbiologice au demonstrat că calitatea igienică este conformă doar la o probă și anume: ÎCS "Lactalis-Alba" SRL(President).

Evaluarea organoleptică și anume aspectul, consistența, culoarea, mirosul și gustul a evidențiat că brânza produsă de LLC „Organic milk,, are cel mai mare punctaj, acesta fiind de 21,4 puncte din 25, indicând o calitate superioară, în timp ce cea produsă de „Lactis” SA are cel mai scăzut scor de 17,2 puncte din 25 total, reflectând o calitate inferioară.

REFERINȚE:

1. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Cerințelor de calitate pentru lapte și produsele lactate: Nr. 158 din 07-03-2019.
2. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Regulilor privind criteriile microbiologice pentru produsele alimentare: Nr. 221 din 16.03.2009.

Coordonator științific: CALMÂȘ Valentina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: calmas.valentina@ase.md

SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

SUSTENABILITATEA ȘI COMPETITIVITATEA TURISMULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA: PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI

GANENCO Alexandra, studentă, specialitatea: FB

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: gananenco.alexandra@ase.md

Abstract: The tourism sector in the Republic of Moldova holds significant potential for economic growth, job creation, and regional development. However, its sustainable and competitive expansion faces multiple challenges, including inadequate infrastructure, limited international promotion, and environmental concerns. This study evaluates key tourism indicators, highlights sectoral challenges, and identifies opportunities for sustainable development. The findings emphasize the need for balanced resource utilization, investment in infrastructure, digitalization, and strategic marketing. Strengthening Moldova's position as an attractive destination requires integrated policies, international collaborations, and support for ecotourism initiatives.

Keywords: tourism, competitiveness, sustainability, domestic tourism, receiving tourism, ecotourism

JEL CLASSIFICATION: Z32, Z33, O11, M13, M38

INTRODUCERE

Avem o țară mică, dar frumoasă. Cu toate că nu dispunem de resurse naturale care să uimească prin grandoarea lor munte, mare, cu un relief preponderent de câmpie și stepă reușim să dăm valoare bogăției de care dispunem și să oferim un spectru larg de servicii în domeniul turismului.

Importanța studiului constă în subliniere potențialului de dezvoltare în domeniul turismului, care ar putea atrage investițiile străine, sursă de venit care contribuie la majorarea numărului locurilor de muncă pentru localnici, în special oferind posibilități persoanelor din mediul rural. Totuși, pentru a asigura o dezvoltare durabilă a acestui sector, este necesară o abordare echilibrată între exploatarea resurselor turistice și protejarea patrimoniului natural și cultural.

Obiectivele studiului acestei lucrări este în evaluarea indicatorilor ce descriu activitatea din domeniul turismului și identificarea problemelor și evidențierea posibilităților de dezvoltare a acestui sector pentru a garanta sustenabilitatea și competitivitatea pe plan internațional.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Conceptul de sustenabilitate în turism implică gestionarea eficientă a resurselor, minimizarea impactului negativ asupra mediului și promovarea incluziunii sociale. În același timp, competitivitatea turistică se referă la capacitatea unui stat de a atrage vizitatori prin servicii de calitate, infrastructură modernizată și strategii eficiente de marketing. Această cercetare își propune să analizeze principalele provocări și oportunități ale turismului în Republica Moldova, oferind recomandări pentru dezvoltarea unui sector turistic durabil și competitiv.

Potrivit Organizației Mondiale a Turismului (ONU Turism, 2024) turismul **sustenabil** reprezintă turismul care ia în considerație pe deplin de impactul său economic, sociale și de mediu actuale și viitoare, satisfăcând nevoile vizitatorilor, profesioniștilor, mediului și comunităților gazdă. Orientările și metodele de management pentru dezvoltarea turismului durabil sunt aplicabile tuturor formelor de turism și tuturor tipurilor de destinații, inclusiv turismului de masă și diferitelor segmente specializate. Principiile durabilității acoperă aspectele de mediu, economice și socio-

culturale ale dezvoltării turismului și scopul este de a găsi echilibrul potrivit între aceste trei dimensiuni pentru a garanta viabilitatea acestuia pe termen lung.

În ultimii patru ani, începând cu 2021, se observă o tendință de creștere în domeniul turistic. Astfel conform datelor Biroului Național de statistică din anul 2024, Produsul Intern Brut a fost constituit în proporție de aproximativ de 3% din rezultatul activităților turistice, după cum urmează:

(1) artă, activități de recreere și de agrement, au constituit 1,1% din formarea PIB, o majorare de 0,2%, comparativ cu același indicator în anul precedent și o creștere a VAB pe activitățile respective cu 16,3%; (2) activități de cazare și alimentație publică cu o pondere de 1,8% la formarea PIB, cu crescut cu 0,1% și o creștere a VAB cu 9,1%. (Biroul Național de Statistică, 2025)

Această majorarea a fost determinată de modificarea mai multor indicatori statistici de caracterizare a turismului, capacitatea și frecventarea structurilor de primire turistică colectivă cu funcțiuni de cazare turistică, precum și activitatea turistică a agenților de turism și turoperatorilor (Biroul Național de Statistică, 2025), precum: (1) numărul total de structuri de cazare, de camere și locuri-pat din camerele existente; (2) numărul de turiști cazați și de înnopțări ale turiștilor în structurile de cazare; (3) numărul turiștilor și excursioniștilor participanți la turismul intern, receptor și emițător; (4) activitatea agenților de turism după scopul vizitei.

Analizând dinamica numărului total al unităților de cazare din Republica Moldova, în conformitate cu datele prezentate în figura 1, putem observa o majorare continuă a acestui indicator. Astfel începând cu anul 2015, până în 2024 numărul unităților de structuri totale a crescut de la 249 de unități la 300, ceea ce constituie o majorare cu aproximativ 20,48%.

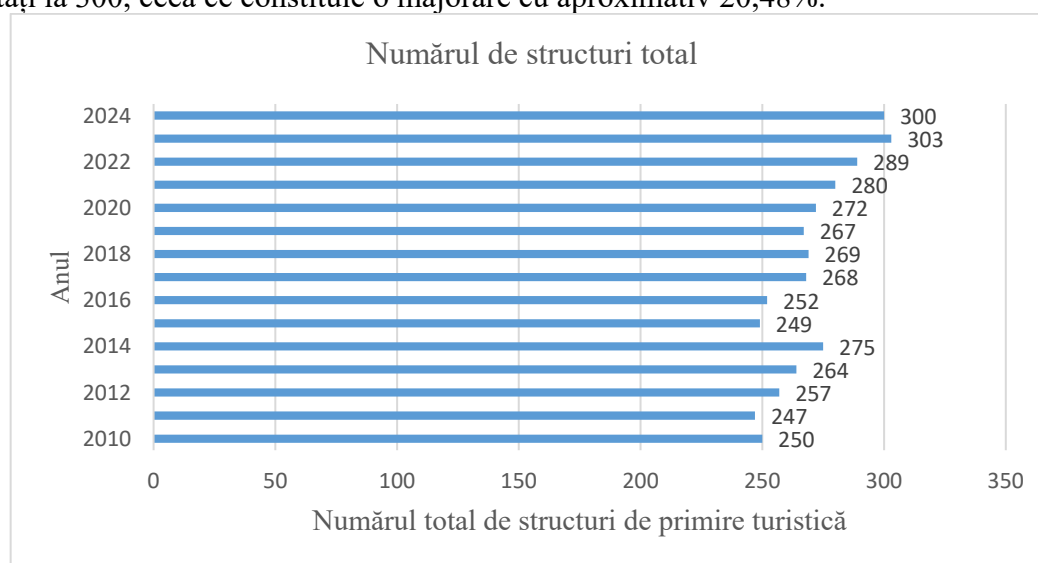


Figura 1. Numărul de structuri de primire turistică

Sursa: Banca de date statistice a Biroului Național de Statistică

Deschiderea unor noi structuri de primire turistică a fost catalizată de pandemia COVID-19, chiar în timpul acesteia în anii 2019-2022, în pofida tuturor restricțiilor care limitau contactul fizic dintre persoane și manifestările de masă, au fost deschise 22 de structuri turistice. Limitările de a călători peste hotarele țării au dus la explorarea infrastructurii turistice naționale. (Biroul Național de Statistică, 2025)

Această tendință de creștere subliniază interesul tot mai mare pentru turismul intern și relevă oportunitățile de dezvoltare a acestui sector. Creșterea numărului de structuri de cazare și adaptarea acestora la cerințele actuale ale turiștilor demonstrează atât reziliența industriei turistice din Republica Moldova, cât și necesitatea unor politici sustenabile și a unor investiții strategice. În acest context, este esențială adoptarea unor măsuri menite să consolideze infrastructura turistică, să promoveze destinațiile locale și să asigure un echilibru între creșterea economică și protejarea patrimoniului natural și cultural.

Conform datelor din figura 2, care analizează evoluția numărului de vizitatori în perioadă 2018-2024, în urma pandemiei COVID-19 nivelul general al numărului de vizitatori din 2019-2024 a crescut considerabil cu 47,61%, ceea ce reprezintă 232,2 mii persoane. În ceea ce privește numărul turiștilor străini veniți în R. Moldova, turismul receptor, în 2018 a constituit 19,3 mii de oameni, iar în 2024 acest indicator a înregistrat valoarea de 67,6 mii persoane, prin urmare în decursul a 6 ani numărul persoanelor care vizitează R. Moldova a crescut de 3,5 ori.

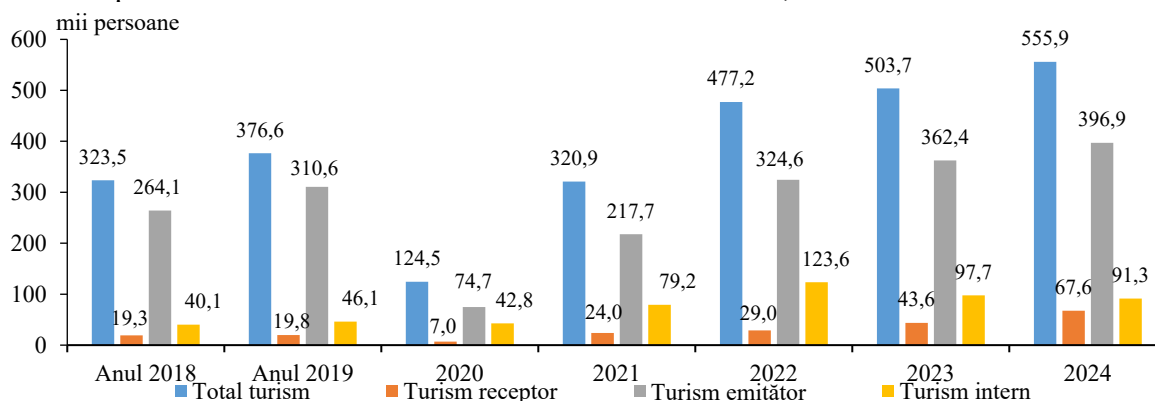


Figura 2. Evoluția numărului de vizitatori pe categorii de turism

Sursa: Banca de date statistice a Biroului Național de Statistică

Totodată trebuie subliniat faptul că interesul populației autohtone pentru a-și vizita propria țară s-a majorat, dacă în anul 2018 turismul intern a fost practicat de 40,1mii persoane, atunci în 2022 acest indicator a atins cota maximă reprezentând 123,6 mii persoane.

Un alt indicator care descrie fenomenele în domeniul turismului este încasările agențiilor de turism și turoperatorilor, care prezintă situația din punctul de vedere al agenților economici și cum contribuie această activitate la formarea PIB. Pentru a înțelege mai bine impactul acestor schimbări asupra industriei turistice din Republica Moldova, este relevant să analizăm evoluția încasărilor agențiilor de turism și a turoperatorilor.

Tabelul 1. Evoluția încasările agențiilor de turism și turoperatorilor

Anii	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total încasări	2191,1	2509,1	782,8	2351,5	3320,2	4185,5	4622,1
Turism receptor	75,4	82,4	7,3	17,0	34,5	45,6	66,5
Turism emițător	1979,6	2292,1	718,9	2201,2	3090,8	3924,0	4343,0
Turism intern	136,1	134,6	56,5	133,2	194,8	215,9	212,6

Sursa: Banca de date statistice a Biroului Național de Statistică

Conform datelor din tabelul 1, volumul total al veniturilor din activitatea turistică în ultimii 6 ani s-a dublat, dacă în 2018 acestea erau de 2191 milioane lei, în 2024 aceteau au atins cifra de 4622 de milioane. Desigur că cea mai mare pondere o reprezintă turismul receptor care în 2024 a reprezentat aproximativ 94% din volumul total din această activitate. Cu toate acestea majorându-se și volumul veniturilor din prestarea serviciilor în cadrul turismului intern.

În ceea ce privește turismul receptor volumul veniturilor obținute din cadrul acestuia, în pofida faptului că în ultimii trei ani sunt în continuă creștere, totuși nu ating valorile de până la pandemia COVID-19, în 2019 veniturile din acest tip de turism au constituit 82,4 milioane, iar în 2024- 66,5 milioane.

Scăderea semnificativă a veniturilor din turismul receptor în Republica Moldova poate fi atribuită mai multor factori, în ciuda creșterii numărului de turiști străini în perioada 2018-2024. Deși numărul turiștilor străini a crescut de la 19,3 mii în 2018 la 67,6 mii în 2024, veniturile generate de aceștia nu au crescut proporțional, indicând o posibilă scădere a cheltuielilor medii per turist.

Un factor important este orientarea predominantă a industriei turistice moldovenești către turismul emițător, care a reprezentat aproximativ 94% din veniturile totale din turism în 2024. Aceas-

tă dependență ridicată de turismul emițător sugerează că o mare parte a activităților agențiilor de turism și turoperatorilor se concentrează pe facilitarea călătoriilor moldovenilor în străinătate, mai degrabă decât pe atragerea turiștilor străini în țară.

În plus, deși numărul de structuri de primire turistică a crescut de la 249 în 2015 la 300 în 2024, această creștere a infrastructurii turistice nu pare să fi fost însoțită de o creștere corespunzătoare a veniturilor din turismul receptor. Aceasta poate indica faptul că, deși există mai multe facilități de cazare, acestea nu reușesc să atragă suficienți turiști străini sau să genereze venituri semnificative din partea acestora.

Pentru a inversa această tendință, ar fi necesară o strategie națională axată pe promovarea Republicii Moldova ca destinație turistică atractivă pentru vizitatorii străini, diversificarea ofertei turistice și îmbunătățirea serviciilor pentru a încuraja cheltuieli mai mari din partea turiștilor.

Avantajele competitive-cheie ale Moldovei, clasamentele în baza calității în comparație cu concurenții noștri apropiați sunt: vinul legendar și cele mai mari beciuri din lume, ospitalitatea, diversitatea și caracterul multicultural al Gastronomiei, patrimoniului Cultural.

Cele mai mari provocări sunt infrastructura deficitară, în special în zonele rurale, ceea ce îngreunează accesul turiștilor, promovarea internațională este slabă, iar Moldova nu reușește să își consolideze o imagine de destinație turistică atractivă, problemele de mediu, precum gestionarea ineficientă a deșeurilor și defrișările ilegale, afectează ecosistemele naturale și reduc atractivitatea turistică. Lipsa investițiilor, atât din partea statului, cât și din partea sectorului privat, limitează dezvoltarea infrastructurii și serviciilor turistice.

În ciuda provocărilor, Republica Moldova are multiple oportunități pentru dezvoltarea turismului: (1) Digitalizarea și utilizarea noilor tehnologii; (2) Turismul vitivinicol; (3) Integrarea Moldovei în circuitele turistice internaționale; (4) Accesarea fondurilor europene ar putea sprijini inițiativele de ecoturism și conservare a patrimoniului cultural.

În alte țări din Europa de Est, turismul sustenabil a fost stimulat prin dezvoltarea infrastructurii ecologice și prin implicarea activă a comunităților locale. De exemplu, România și Georgia au implementat strategii eficiente de promovare a turismului rural și cultural. În Republica Moldova, unele inițiative locale, cum ar fi Festivalul Vinului sau rutele turistice rurale, au demonstrat că există un interes crescut pentru turismul autentic. Extinderea acestor inițiative și colaborarea între antreprenori și autorități ar putea spori atractivitatea turistică a țării.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Turismul din Republica Moldova are un potențial considerabil, dar dezvoltarea sa este îngreunată de numeroase provocări. Cu toate acestea, oportunitățile oferite de digitalizare, turismul vitivinicol, perspectivele de dezvoltare ale ecoturismului și cel cultural, și parteneriatele internaționale pot contribui la creșterea competitivității sectorului. Este esențială implementarea unor politici coerente care să sprijine turismul durabil și să asigure o dezvoltare echilibrată. Investițiile în infrastructură, marketingul turistic, educația forței de muncă și accesarea fondurilor europene sunt pași esențiali pentru transformarea Moldovei într-o destinație turistică competitivă pe termen lung.

REFERINȚE :

1. Biroul Național de Statistică (2025) *Produsul Intern Brut pentru trimestrul IV și anul 2024*. <https://www.statistica.gov.md>
2. Biroul Național de Statistică (2025). *Turism*. <https://www.statistica.gov.md>
3. Biroul Național de Statistică (2025). *Activitatea turistică a agențiilor de turism și turoperatorilor în anul 2024*. <https://www.statistica.gov.md>
4. ONU Turism (2024). <https://www.unwto.org/fr/tourisme-developpement-durable>

Coordonator științific: POPOVICI Lia,

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail: liyapopovici@gmail.com

EVALUATION OF THE THERAPEUTIC RESOURCES OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM

ОЦЕНКА ЛЕЧЕБНЫХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

ȚURCAN Ecaterina, studentă, specialitatea: Servicii Hoteliere, Turism și Agrement
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: turcan.ecaterina@ase.md

Abstract: *The article analyzes the medical resources of the Republic of Moldova and their role in the development of international tourism. The country has a variety of medical resources: mineral springs, therapeutic mud and a favorable climate, which are increasingly used for health tourism. The article analyzes the potential of these resources to attract international tourists and stimulate the country's economic growth. In addition, the article discusses the problems that arise in promoting Moldova as a destination for balneological and health tourism, as well as opportunities for improving the country's image in the global tourism market.*

Key words: *tourism, Republic of Moldova, vacation, sanatorium, travel agency, wellness tourism, natural resources, international tourism*

JEL CLASSIFICATION: L83, M31, Z32

ВВЕДЕНИЕ

Индустрия туризма сегодня активно развивается, как в нашей стране, так и за рубежом. Спрос на туристические услуги растет среди всех категорий граждан. В Молдове в 2023 г., туристические агентства и туроператоры оказали туристические услуги 503,7 тыс. человек, что на 5,6% больше, чем в 2022 г.

Большую часть туристического рынка занимает выездной туризм — 74,4% от общего числа поездок. На въездной туризм приходится 11,3%, а на внутренний — 14,3%.

Бальнеологический туризм — это вид оздоровительного туризма, связанный с использованием минеральных вод, лечебных грязей и термальных источников. Такой вид отдыха направлен на профилактику здоровья и лечение различных заболеваний.

В Республике Молдова лечебный туризм развивается стремительно. За последние лет пять туристическая область Республики продемонстрировала стремительный рост. Однако число иностранных туристов, посетивших Молдову с целью пребывания в санатории, низкое. В 2024 году около 400 туристов, что на 10,8 % больше, чем в предыдущем.

Эти данные указывают на необходимость дальнейшего развития и продвижения бальнеологического туризма в Молдове для привлечения большего количества туристов из разных стран, заинтересованных в оздоровлении.

Целью данной статьи является анализ лечебных ресурсов Республики Молдова, роль их в международном туризме. Знакомство с санаториями Республики и продвижение данного направления на рынок страны.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

1. Краткий анализ библиографических источников

Сайт туристического агентства “SINDMOL” помог мне в оформлении введения. На странице есть информация по многим санаториям страны, написаны все условия: специализация санатория, какие процедуры предусмотрены, имеются фото номеров и территории. Веб-страница обладает большим количеством информации.

Сайт LOCALSMD помог мне в нахождении информации о росте туризма в Республике, о росте посещений санаториев по данным за последние 5 лет.

Сайт НБС в разделе «Туризм» показал наглядно данные о населении Республики Молдова и посещениях со стороны иностранных туристов. Также вопросы были рассмотрены в таблицах Excel.

Сайт NOI.MD помог в поиске данных о приросте туристов за последнее время, в выявлении развития туризма в Молдове. Также, не малое значение, оказала новость о том, с каких стран и в каком процентном соотношении приезжают туристы в страну и для чего (в основном, это жжускурсии, винный туризм и фестивали).

2. Описание использованных методов исследования

Чтобы выявить какие санаторно-курортные места есть на территории Республики Молдова, было проведено кабинетное исследование на базе анализа веб-страницы туристического агентства “SINDMOL”.

3. Полученные результаты

Изучение сайта туристической компаний показало число санаториев по республике и основное направление каждого из них. (Таб.1).

Таблица 1. Анализ санаториев РМ

Санаторий	Направление лечения
Nufărul Alb	Опорнодвигательная система
Codru	Желудочно-кишечный тракт
Bucuria-Sind	Сердечно-сосудистая система
Struguraș	Опорно-двигательная система
Днестр	Пищеварительная система
Днестровские зори	Реабилитация и восстановление

Источник: разработано автором на основе данных (SINDMOL, б.г.)

Анализ показал, что в РМ находится большое количество, по моему мнению, оздоровительных «центров», так сказать. Санатории страны имеют большой спектр услуг, почти все они похожи между собой направлениями, однако у каждого из своя специализация.

Если же говорить о расположении санаториев, можно рассмотреть также в таблице.

Таблица 2. Анализ географического расположения здравниц

Санаторий	ГП
Nufărul Alb	or. Cahul, Moldova
Codru	or. Calarași, Moldova
Bucuria-Sind	Vadu lui Vodă, Moldova
Struguraș	Дубоссары, Приднестровье
Днестр	Каменка, Приднестровье
Днестровские зори	Бендеры, Приднестровье

Источник: разработано автором на основе данных (SINDMOL, б.г.)

Результаты исследования показали: здравницы находятся в разных уголках страны. Также есть санатории на территории Приднестровской Молдавской Республики, в РМ простираются от центральной части, далее ближе к северной **or. Calarași, Moldova** и южная - **or. Cahul, Moldova**.

Если поднимать вопрос цены: цены дешевле Румынии, но выше среднего исходя из ЗП в Молдове. Более менее дешевый санаторий в Республике – **Bucuria-Sind**.

Что касается оздоровительных ресурсов, у каждого санатория есть свое «уникальное предложение»

В санатории города Кагул, главным лечебным фактором являются среднесульфидные, хлоридно-натриевые тёплые рассолы с высоким содержанием йода и брома. А действие минеральных ванн дополняет лечение питьевыми водами типа воды курорта Мацеста и Ессентуки-17 (вода со специфическим запахом сероводорода и йода). **Далее санаторий “Codru”** - воды с естественной температурой 28 градусов Цельсия, с большой концентрацией брома и железа используют как для наружного, так для внутреннего применения. **“Bucuria-Sind”** является ближайшим санаторием к столице РМ (20 км). На участке санатория находится источник минеральной лечебной воды. Эта вода используется в различных лечебных процедурах. Санаторий **“Struguras”** предоставляет грязелечение, гальваногрязь, галотерапию и не только. Санаторий **“Днестр”** пользуется большой популярностью у жителей нашей страны и приезжих туристов из ближних стран, так как он имеет родоновые ванны, бромные, жемчужные и не только. **“Днестровские зори”** находятся в с. Меренешты, неподалеку от города Бендеры. Санаторий большее направление имеет на реабилитацию и восстановление. Просторная зеленая территория, уникальные минеральный источник на территории, открытый в 1983 году и сравнимый с «Ессентуки», «Куяльник» и не только.

ВЫВОДЫ/РЕКОМЕНДАЦИИ

Республика Молдова развивается в направлении туризма. Как можно заметить, туристы едут в страну не только на фестивали, винные туры и так далее, они посещают РМ в целях поддержания своего здоровья.

В стране находится большое количество санаториев, причем в разных уголках страны.

Для повышения эффективности продвижения бальнеологических туристических услуг на рынке РМ рекомендуется:

– **Расширить целевые рынки:** активнее сотрудничать с международными туристическими агентствами и платформами для выхода на рынки ЕС и других стран.

– **Репутация компании:** участвовать в конкурсах, семинарах и разных встречах, участвовать в туристических выставках и не только.

– **Улучшить состояние жилищных услуг для отдыхающих:** многие санатории имеют стиль СССР, в том числе и мебелировку.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. НБС РМ (б.г.) https://statistica.gov.md/ru/statistic_indicator_details/11
2. Noi.md (б.г.). *Moldova - o destinație tot mai atractivă pentru turiștii străini*. <https://noi.md/md/societate/moldova-o-destinatatie-tot-mai-atractiva-pentru-turistii-straini>
3. SINDMOL (б.г.). [Официальный сайт]. <https://www.atcsindtur.md/>
4. Locals.md (б. г.) [Официальный сайт]: https://locals.md/2018/gde-v-moldove-iskat-termalnyie-istochniki-i-prirodnuyu-mineralnuyu-vodu/#google_vignette

Coordonator științific: ȚURCAN Natalia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: turcan.natalia@ase.md

MAKING A GLUTEN AND SUGAR-FREE DESSERT

ELABORAREA UNUI DESERT FĂRĂ GLUTEN ȘI ZAHĂR

GANENCO Alexandra, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: ganenco.alexandra@ase.md

Abstract: In recent years, consumer demand for healthier food products has increased, leading to the development of sugar and gluten-free alternatives. This paper presents the development of a sugar- and gluten-free lemon tart using ingredients such as almond flour, rice flour, erythritol, stevia, eggs and butter to ensure an optimal balance between taste, texture and nutritional value.

In order to assess the quality of the product, a comparative analysis with a classic tart was carried out on the basis of a questionnaire completed by 10 participants. The results showed an optimized energy value and a higher score on most sensory indicators, confirming the potential of this dessert as a healthy alternative in confectionery.

Keywords: lemon tart, sugar free, gluten free, healthy dessert, nutritional value

JEL CLASSIFICATION: Q18, I12, L66, O13, D12

INTRODUCERE

Conform datelor statistice, 1 din 100 de persoane la nivel global este afectată de boala celiacă, iar 1 din 10 membri de familie este diagnosticat cu intoleranță la gluten (Celiac Disease Foundation, 2025).

În ceea ce privește Republica Moldova, 56% dintre adulți sunt supraponderali, dintre care 23% suferă de obezitate. De asemenea, datele Raportului sumar al studiului de evaluare a comportamentelor de sănătate ale copiilor de vârstă școlară arată că 11% dintre copii sunt supraponderali, iar 2,2% sunt obezi (ANSP, 2022).

În ultimii ani, tendința consumatorilor de a opta pentru produse alimentare mai sănătoase a crescut semnificativ, pe fondul conștientizării impactului negativ al zahărului și glutenului asupra sănătății. Consumul excesiv de zahăr este asociat cu afecțiuni precum diabetul zaharat, obezitatea și bolile cardiovasculare, în timp ce glutenul poate provoca probleme digestive și intoleranțe. În acest context, dezvoltarea alternativelor sănătoase de deserturi devine o necesitate atât pentru industria alimentară, cât și pentru consumatorii care își doresc un stil de viață echilibrat.

Scopul studiului

Studiul de față își propune să elaboreze o rețetă de tartă de lămâie fără gluten și zahăr, oferind o alternativă sănătoasă acestui desert clasic. Totodată, se va compara tarta propusă cu varianta tradițională comercializată într-o cofetărie. Analiza va include:

- Caracteristicile organoleptice (aspect, culoare, consistență, miros, gust);
- Valoarea nutrițională, urmărindu-se obținerea unui produs cu gust plăcut, textură fină și beneficii nutriționale sporite.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

În Republica Moldova, piața produselor de cofetărie sănătoase este într-o continuă expansiune, pe fondul creșterii interesului consumatorilor pentru deserturi fără zahăr și fără gluten. Cu toate acestea, numărul cofetăriilor care oferă astfel de produse rămâne relativ restrâns. Printre cele care au integrat în meniul lor opțiuni adaptate acestui segment de consumatori se numără Tucano Cafe, BiorganicRaw Cafe, Sincer, Julia's Sweets și Pure Taste. Aceste locații utilizează îndulcitori natu-

rali, făinuri alternative și grăsimi vegetale sănătoase, oferind produse care răspund cerințelor unei alimentații echilibrate.

Lucrarea de față își propune să dezvolte și să perfecționeze o tartă de lămâie fără zahăr și gluten, prin utilizarea unor ingrediente atent selecționate, menite să asigure un echilibru între valoarea nutritivă și calitățile senzoriale ale produsului. În realizarea acestei rețete, s-au utilizat materii prime de calitate superioară, care contribuie atât la textura și aroma desertului, cât și la beneficiile sale pentru sănătate.

Procesul tehnologic al Tartei de lămâie fără gluten și zahăr

Prepararea tartei de lămâie fără zahăr și gluten necesită un proces tehnologic bine definit, care îmbină armonios ingredientele pentru a obține un produs echilibrat din punct de vedere gustativ, textural și nutrițional. Tarta este realizată din patru semipreparate distincte, fiecare având un rol esențial în compoziția finală:

1. Aluatul pentru tartă – o bază fragedă și ușor crocantă, realizată din făină de orez, făină de migdale, unt și ouă, asigurând suportul perfect pentru umplutură.

2. Crema de migdale – un strat fin și aromat, preparat pe bază de făină de migdale, ouă, îndulcitori naturali și coajă de lămâie, care conferă structură și complexitate gustului.

3. Curd de lămâie – un strat acrișor și răcoritor, obținut din suc de lămâie, îndulcitori, amidon de porumb, ouă și unt, oferind prospețime și intensificând aroma desertului.

4. Bezeaua – un finisaj aerat și ușor, preparat din albușuri și îndulcitori naturali, care adaugă un contrast plăcut de texturi și un aspect elegant tartei.

Ingrediente utilizate

Pentru obținerea unei tarte echilibrate din punct de vedere nutrițional și senzorial, s-au folosit următoarele ingrediente-cheie:

- Făina de orez – alternativă fără gluten, conferă aluatului o textură fină și ușor crocantă.
- Făina de migdale – îmbogățește compoziția cu o aromă subtilă și conținut ridicat de grăsimi sănătoase.
- Amidon de porumb – utilizat pentru îmbunătățirea structurii și consistenței produsului.
- Unt – contribuie la frăgezimea aluatului și la îmbunătățirea texturii finale.
- Stevie praf și eritritol – îndulcitori naturali cu impact glicemic redus, care înlocuiesc zahărul.
- Ouă – esențiale pentru stabilizarea aluatului, a cremei de lămâie și a bezelei, oferind structură și volum produsului final.
- Lămâie – ingredientul principal, responsabil pentru gustul acrișor și răcoritor, contribuind la echilibrul dintre dulce și acid.

Fiecare etapă este realizată cu atenție la detalii, astfel încât produsul final să respecte atât cerințele nutriționale, cât și cele senzoriale. Schema tehnologică prezentată în continuare detaliază etapele de preparare ale fiecărui semipreparat, evidențiind metodele specifice și condițiile de procesare necesare pentru obținerea unei tarte de lămâie sănătoase, echilibrate și atractive.

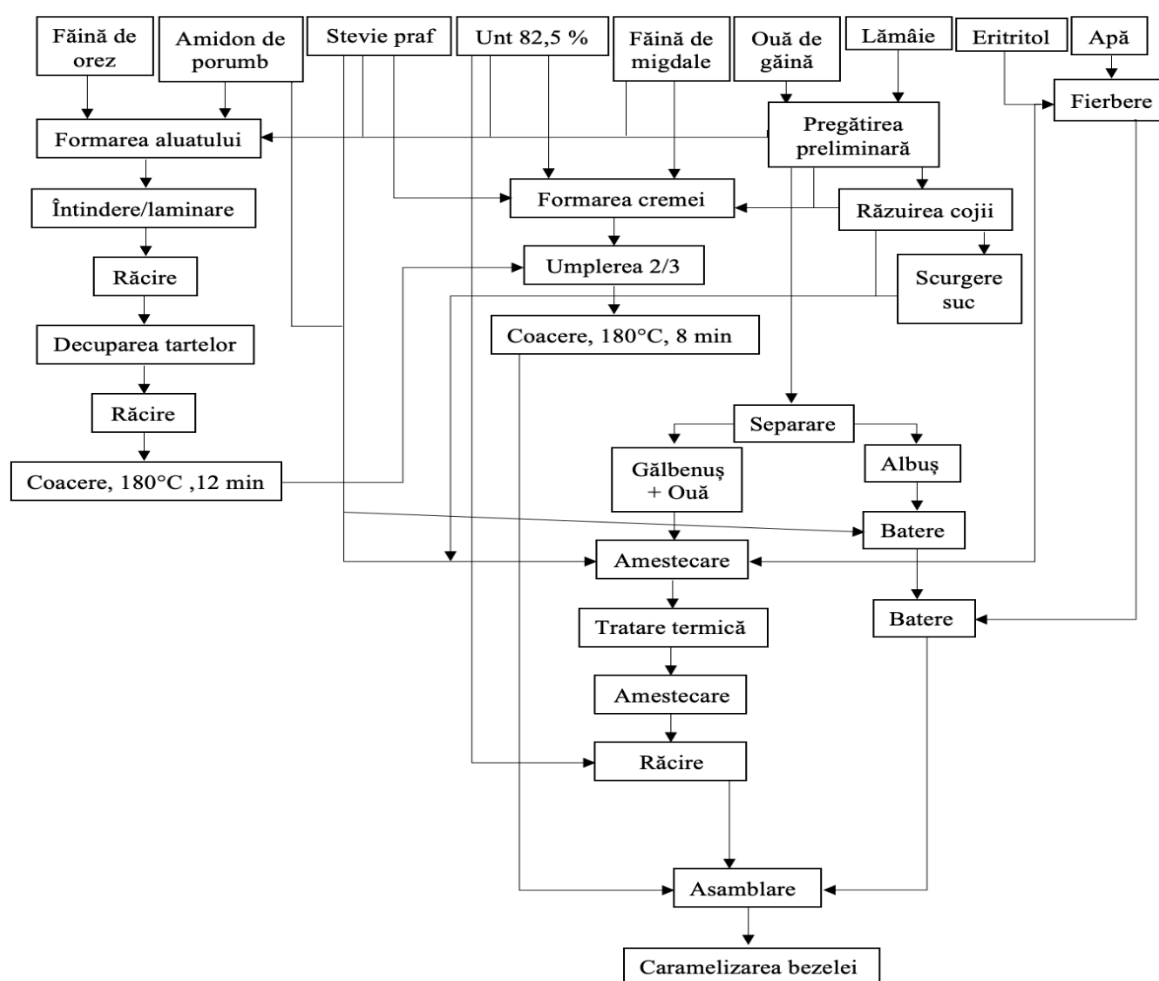


Figura 1. Schema tehnologică de preparare a Tartei de lămâie fără gluten și zahăr

Sursa: elaborată de autor

Metodologie de analiză

Pentru a evalua calitatea tartei de lămâie fără zahăr și gluten, în raport cu un produs similar disponibil în comerț, s-au aplicat două metode de analiză:

1. Metoda analizei comparative

- S-a realizat un studiu comparativ bazat pe analiza psihosenzorială, în cadrul căruia 10 participanți au evaluat două variante de tartă: cea propusă și cea clasică, comercializată într-o cofetărie.
- Participanții au acordat note de la 1 la 5, pe baza unor criterii organoleptice, iar rezultatele sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Tabelul 1. Rezultatele studiului comparativ

Indicii organoleptici	Tartă de lămâie fără zahăr și gluten	Tartă de lămâie clasică
Aspect	4,8	4,4
Consistență	4,8	4,1
Culoare	4,7	4,3
Miros	4,8	4,6
Gust	4,6	3,2

Sursa: elaborat de autor

2. Metoda de calcul a valorii energetice și nutritive a permis analiza valorii energetice și nutritive a Tartei de lămâie fără zahăr și gluten.

Formula de calcul a valorii energetice:

$$V.E. = P(g) \times 4\text{kcal/g} + G(g) \times 4\text{kcal/g} + L(g) \times 9\text{kcal/g} + A.O(g) \times 3\text{kcal/g} \text{ (Calmăș, 2020, p.31).}$$

Formula de calcul a valorii nutritive:

$$VN_{10} = 1/10 \times (Pr \times F_{Pr} + L \times F_L + G \times F_G + Ca \times F_{Ca} + P \times F_P + Fe \times F_{Fe} + A \times F_A + B1 \times F_{B1} + B2 \times F_{B2} + C \times F_C) \text{ (Calmăș, 2020, p.33).}$$

Datele obținute în rezultatul calculelor se prezintă în tabelul 2.

Tabelul 2. Rezultatele valorii energetice și nutritive

	Tartă cu lămâie fără zahăr și gluten
Valoarea energetică, kcal/100 g	635
Valoarea nutritivă, per 100 g	17,65

Sursa: elaborat de autor

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Studiul demonstrează că este posibilă elaborarea unui desert fără gluten și zahăr, păstrând caracteristicile senzoriale plăcute și valoarea nutritivă echilibrată. Acest aspect este important pentru persoanele cu boala celiacă, diabet sau pentru cei care doresc să adopte un stil de viață sănătos.

Înlocuirea făinii din grâu cu alternative fără gluten, precum făina de migdale și făina de orez și utilizarea îndulcitorilor naturali (eritritol, stevia praf) a condus la un produs cu un indice glicemic scăzut și o textură acceptabilă.

Prin metoda de calcul s-a stabilit că desertul are următoarele valori nutritive per 100 g: Valoare nutritivă: 17,65; Valoare energetică: 635 kcal.

Comparând tarta de lămâie fără zahăr și gluten cu varianta clasică, rezultatele analizei organoleptice evidențiază o acceptabilitate ridicată a produsului adaptat, cu scoruri superioare la majoritatea parametrilor evaluați. Aspect și culoare: Tarta fără zahăr și gluten a obținut un scor mai mare pentru aspect (4,8 vs. 4,4) și culoare (4,7 vs. 4,3), ceea ce indică o prezentare vizuală mai atractivă. Consistență: Scorul de 4,8 pentru consistență, comparativ cu 4,1 pentru varianta clasică, sugerează că desertul fără gluten și zahăr are o textură mai plăcută și stabilă. Miros: Ambele variante au obținut scoruri ridicate, însă tarta fără gluten și zahăr a fost apreciată ușor mai mult (4,8 vs. 4,6), ceea ce poate indica o aromă mai intensă, posibil datorată ingredientelor naturale utilizate. Gust: Cel mai semnificativ contrast se observă la gust, unde tarta fără zahăr și gluten a obținut 4,6, comparativ cu 3,2 pentru varianta clasică. Acest rezultat sugerează o preferință clară pentru rețeta modificată.

Rezultatele obținute sugerează că tarta de lămâie fără gluten și zahăr nu doar că reprezintă o alternativă viabilă, dar este chiar mai bine apreciată decât varianta clasică, în special la capitolele gust, consistență și aspect. Acest lucru confirmă faptul că utilizarea ingredientelor alternative nu compromite calitatea senzorială a produsului, ci, dimpotrivă, poate oferi îmbunătățiri semnificative.

Cofetăriile și producătorii de patiserie ar trebui să dezvolte și să diversifice gama de produse fără zahăr și gluten, adaptându-se cerințelor consumatorilor preocupați de sănătate.

Dezvoltarea unor noi rețete care să mențină echilibrul între gust, textură și valoare nutritivă poate contribui la creșterea popularității produselor fără zahăr și gluten.

REFERINȚE:

1. Calmăș, V. (2020). *Fundamentele nutriției umane*. ASEM.
2. Celiac Disease Foundation. (2025). <https://celiac.org>.
3. ANSP. (2022). *Raportul OMS privind obezitatea în Regiunea Europeană*. <https://ansp.md/raportul-oms-privind-obeziata-in-regiunea-europeana-anul-2022/>.

Coordonator științific: POPOVICI Lia,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: liyapopovici@gmail.com

ÉTIQUETAGE NUTRITIONNEL DES PRODUITS DE PÂTISSERIE COMMERCIALISÉS À CHIȘINĂU – CONFORMITÉ AUX RÉGLEMENTATIONS NATIONALES ET INTERNATIONALES

ETICHETELE NUTRIȚIONALE ALE PRODUSELOR DE COFETĂRIE COMERCIALIZATE ÎN CHIȘINĂU – CONFORMITATE CU REGLEMENTĂRILE NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

RACU Vasilina, studentă, specialitatea: TMAP

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: vasilina.racu@ase.md

Abstract: Les étiquettes nutritionnelles des produits alimentaires, y compris ceux de confiserie, sont essentielles pour informer les consommateurs sur la composition des produits qu'ils consomment. Elles permettent de faire des choix éclairés en matière de santé et nutrition. Le but de cette recherche est d'évaluer les étiquettes nutritionnelles des produits de confiserie vendus à Chisinau respectent les normes et réglementation en vigueur en matière d'étiquetage alimentaire. Plus précisément, cette analyse vise à: 1.Vérifier la conformité réglementaire. 2.Analyser la transparence de l'information. 3.Identifier d'éventuelles irrégularités. 4.Formuler de recommandations pour renforcer la conformité des étiquettes et protéger les consommateurs. En République de Moldavie, la conformité de l'étiquetage des produits alimentaires est régie par des réglementation nationales alignées sur les normes internationales. Cette étude a été réalisée en consultant de loi No :279/2017 concernant l'information du consommateur sur aux produit et Regulement UE nr.1169/2011 , normes du Codex Alimentaris , en vérifiant l'exactitude des informations portées sur les étiquettes. Cette recherche est essentielle pour garantir une meilleure transparence dans l'industrie alimentaire et assurer la protection de consommateur face a d'éventuelles pratiques trompeuses. Après avoi mené cette recherche, nous avons découvert une série de violations du bon étiquetage.

Keywords: L'exactitude, l'étiquette nutritionnelle, la loi, la protection, les consommateurs.

JEL CLASSIFICATION: L66, Q18, D18, I18

INTRODUCERE

Etichetele nutriționale ale produselor alimentare, inclusiv cele ale produselor de cofetărie, joacă un rol esențial în informarea consumatorilor și în protejarea sănătății acestora. O etichetare corectă și transparentă permite luarea unor decizii informate cu privire la alimentație, contribuind astfel la prevenirea bolilor asociate cu o dietă nesănătoasă, precum obezitatea, diabetul și afecțiunile cauzate de alergii sau intoleranțe alimentare. Analiza conformității etichetelor nutriționale ale produselor de cofetărie comercializate în municipiul Chișinău în raport cu reglementările naționale și internaționale este esențială pentru a evalua respectarea legislației și pentru a preveni eventualele practici înșelătoare. Această cercetare urmărește verificarea conformității cu **Legea nr. 279/2017 privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare**, precum și cu reglementările internaționale, cum ar fi **Regulamentul UE nr. 1169/2011 și standardele Codex Alimentarius**.

Un aspect central al analizei este identificarea măsurii în care producătorii respectă cerințele privind declararea alergenilor, valorile nutriționale și ingredientele utilizate. Identificarea deficiențelor în etichetare poate avea un impact direct asupra îmbunătățirii transparenței și corectitudinii informațiilor furnizate de producători.

În acest context, **obiectivele principale ale cercetării** sunt:

1. **Evaluarea acurateței informațiilor nutriționale și a declarațiilor de sănătate** de pe etichetele produselor de cofetărie;

2. **Compararea produselor autohtone și importate** în ceea ce privește structura și detalizarea informațiilor nutriționale;

3. **Determinarea gradului de conformitate** a produselor analizate cu legislația în vigoare privind etichetarea alimentelor.

Prin această analiză, studiul contribuie la promovarea unei mai bune informări a consumatorilor și la consolidarea respectării reglementărilor în domeniul etichetării alimentare.

Metode de cercetare

Pentru a evalua conformitatea etichetelor nutriționale ale produselor de cofetărie comercializate în Chișinău, cercetarea se bazează pe următoarele etape:

1. **Colectarea și catalogarea etichetelor** – Au fost analizate patru etichete ale produselor de cofetărie (torturi) comercializate pe piața locală, care au fost documentate și organizate pentru evaluare.

2. **Analiza calitativă și cantitativă** – Informațiile de pe etichete au fost examinate în ceea ce privește ingredientele declarate, valorile nutriționale, prezența și evidențierea alergenilor, precum și declarațiile de sănătate, pentru a identifica eventualele neconformități sau lipsuri.

3. **Compararea rezultatelor cu reglementările în vigoare** – Datele colectate au fost confruntate cu cerințele impuse de **Regulamentul UE nr. 1169/2011** și **Legea nr. 279/2017 privind informarea consumatorului despre produsele alimentare**, analizând gradul de respectare a normelor și eventualele abateri.

Deși numărul de produse analizate este limitat, această cercetare oferă o perspectivă inițială asupra conformității etichetării în sectorul produselor de cofetărie și poate constitui un punct de plecare pentru studii mai ample.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Cercetarea a fost realizată prin analiza etichetelor a două tipuri de torturi – „Napoleon” și „Smântânel cu vișină” – provenite de la trei producători: **7Spice, Veranj și Rețeaua de magazine Nr.1.**

Analiza etichetelor nutriționale menționate a fost realizată în conformitate cu **Legea nr. 279/ 2017 privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare**. Rezultatele obținute în urma analizei au fost înregistrate și prezentate în **Tabelul 1** și **Tabelul 2**.

Tabelul 1. Analiza conținutului informațional al etichetei tortului “Smântânea”

Nr.	Mențiuni obligatorii	7 Spice	Veranj	Nr.1
1	Denumire produsului	+	+	+
2	Lista ingrediente	+	+	+
3	Marcare alergeni	+	+	+
4	Cantitatea produsului	+	+	+
5	Informații privind valabilitatea	+	-	+
6	Denumirea comercială și adresa operatorului din domeniul comercial	+	+	+
7	Țara de origine a produsului	+	-	-
8	Condiții de păstrare	+	-	+
9	Declarația nutrițională	+	+	+
	-valoarea energetică	+	+	+
	-cantitatea de grăsimi	+	+	+
	-acizi grasi saturați	+	+	-
	-glucide	+	+	+
	-zaharuri	+	+	-
	-proteine	+	+	+
	-sare	+	+	-

Sursa: Elaborat de autor

Tabelul 2. Analiza conținutului informațional al etichetei tortului „Napoleon”

Nr.	Mențiuni obligatorii	7 Spice	Veranj	Nr.1
1	Denumire produsului	+	+	+
2	Lista ingrediente	+	+	+
3	Marcare alergeni	+	+	+
4	Cantitatea produsului	+	+	+
5	Informații privind valabilitatea	+	-	+
6	Denumirea comercială și adresa operatorului din domeniul comercial	+	+	+
7	Țara de origine a produsului	+	-	-
8	Condiții de păstrare	+	-	+
9	Declarația nutrițională	+	+	+
	-valoarea energetică	+	+	+
	-cantitatea de grăsimi	+	+	+
	-acizi grași saturați	+	+	+
	-glucide	+	+	+
	-zaharuri	+	+	+
	-proteine	+	+	+
	-sare	+	+	+

Sursa: Elaborat de autor

CONCLUZII

Analizând datele din tabele, observăm următoarele neconformități la etichetarea produselor:

1. Tort „Smântânel cu vișine”, producător Veranj: Nu sunt menționate informații privind termenul de valabilitate, țara de origine a produsului și condițiile de păstrare.
2. Tort „Smetanic”, producător magazinul Nr.1: Nu este indicată țara de origine a produsului, iar în declarația nutrițională nu sunt specificate cantitățile de acizi grași saturați, zaharuri și sare.
3. Tort „Napoleon”, producător Veranj: Nu sunt menționate informațiile referitoare la termenul de valabilitate, țara de origine a produsului și condițiile de păstrare.
4. Tort „Napoleon”, producător magazinul Nr.1: Nu sunt indicate informații privind țara de origine a produsului.

Etichetarea torturilor „Smântânel cu vișine” și „Napoleon”, marca 7Spice, este în conformitate cu Legea nr. 279/2017 privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare.

RECOMANDĂRI

Etichetele nutriționale ale produselor de cofetărie trebuie să fie clare, corecte și conforme cu reglementările, pentru a proteja sănătatea consumatorilor și a asigura transparența pe piață. În urma cercetării efectuate, am concluzionat că nu toți producătorii respectă legislația în vigoare, ceea ce poate duce la inducerea în eroare a consumatorilor și la riscuri pentru sănătate. Aceștia le recomandăm următoarele măsuri:

1. Revizuirea și corectarea informațiilor de pe etichete: Producătorii trebuie să efectueze o auditare completă a etichetelor existente, folosind un checklist detaliat pentru a verifica includerea tuturor elementelor obligatorii conform legislației (termenul de valabilitate, țara de origine, condițiile de păstrare, valoarea nutrițională completă).

• **Implementare:** Colaborarea cu experți în legislația alimentară pentru a actualiza rapid etichetele, asigurându-se că sunt incluse informații clare și corecte, evitând orice lacune care ar putea duce la erori de informare a consumatorilor.

2. Colaborarea cu specialiști în nutriție și legislație alimentară: Angajarea unui consultant nutriționist sau a unei echipe de specialiști care să evalueze și să garanteze că informațiile nutriționale, inclusiv alergiile și substanțele periculoase, sunt corect prezentate pe etichete.

• **Implementare:** Producătorii ar trebui să se asigure că fiecare lot de produse este supus unui audit nutrițional și legislativ, iar toate modificările necesare să fie aplicate imediat, pentru a respecta cerințele naționale și internaționale (de exemplu, Regulamentele UE și Codex Alimentarius).

3. Creșterea transparenței informațiilor pentru consumatori: Detalierea ingredientelor prin specificarea sursei acestora, a posibilelor contaminări transmise prin procesul de producție, a riscurilor alergice și a efectelor pe termen lung ale consumului. Adăugarea de note care explică efectele posibile ale ingredientelor pentru anumite grupuri de consumatori (de ex. copii, vârstnici, persoane cu afecțiuni de sănătate).

4. Implementarea unor programe de educație și instruire pentru producători: Organizarea de seminarii, workshop-uri și sesiuni de formare, susținute de autoritățile competente sau experți în nutriție, pentru producători și angajații lor.

REFERINȚE:

1. Legea nr. 279 din 15.12.2017 privind informarea consumatorului cu privire la produsele alimentare, LP279/2017.
2. Regulamentul (UE) nr. 1169/2011 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 octombrie 2011 privind informarea consumatorilor cu privire la produsele alimentare, de modificare a Regulamentelor (CE) nr. 1924/2006 și (CE) nr. 1925/2006 ale Parlamentului European și ale Consiliului și de abrogare a Directivei 87/250/CEE a Comisiei, a Directivei 90/496/CEE a Consiliului, a Directivei 1999/10/CE a Comisiei, a Directivei 2000/13/CE a Parlamentului European și a Consiliului, a Directivelor 2002/67/CE și 2008/5/CE ale Comisiei și a Regulamentului (CE) nr. 608/2004 al Comisiei, Text cu relevanță pentru SEE.

Coordonator științific: TABUNȘCIC Olga, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: (+373)69224422
e-mail: tabunscic.olga@ase.md

SECȚIUNEA 3

TENDINȚELE MARKETINGULUI MODERN

AI AS A PERSONALIZATION TOOL FOR PRODUCTS IN MARKETING

AI CA INSTRUMENT DE PERSONALIZARE A PRODUSURILOR ÎN MARKETING

¹ BERGHIA Iulia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică
e-mail autor: berghia.julia@ase.md;

² BYKOVNYKOVA Mariia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică
e-mail autor: bykovnykova.mariia@ase.md

^{1,2} Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Abstract: The article explores the revolutionary impact of artificial intelligence on marketing personalization, revealing how modern technological solutions enable companies to create a maximally individualized approach to each client. The primary focus is on innovative AI technologies such as machine learning, intelligent recommendation systems, and predictive analytics. To illustrate the effectiveness of the approach, the article presents case studies of the world's largest brands: Amazon, Netflix, Uber, and Starbucks, which have successfully implemented personalized marketing strategies. The analysis covers both the positive aspects of AI application in marketing — increased sales, customer loyalty formation, and targeted marketing — as well as potential risks: personal data protection issues, technological limitations, and the possibility of unintentional discrimination. The final part of the article is dedicated to promising development directions, including hyperpersonalization concepts, adaptation of marketing solutions for offline spaces, and the emerging trend of emotional marketing.

Keywords: Artificial Intelligence (AI), Marketing, Personalization, Strategic Approach, Machine Learning, Predictive Privacy, Hyperpersonalization.

JEL CLASSIFICATION: A1, M31, O1, O3

ВВЕДЕНИЕ

Персонализация в маркетинге представляет собой стратегический подход к адаптации продуктов, услуг и коммуникационных сообщений с учетом индивидуальных потребностей и особенностей конкретных потребителей. Ранее маркетологи опирались преимущественно на широкие категории сегментации, основанные на демографических и психологических характеристиках. Принципиальный прорыв в области персонализации произошел благодаря технологиям искусственного интеллекта. Современные AI-системы способны молниеносно обрабатывать колоссальные объемы информации, распознавать сложные и неочевидные модели потребительского поведения, а также с высокой точностью прогнозировать дальнейшие действия клиентов.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Для эффективной персонализации товаров и услуг в современном цифровом мире используются передовые технологии искусственного интеллекта:

1. Системы рекомендаций — это интеллектуальные механизмы прогнозирования потребительского интереса. Они используют глубокий анализ предыдущих действий пользователя — покупок, просмотров, взаимодействий — для формирования максимально точных персонализированных предложений.

2. Технологии обработки естественного языка (NLP) позволяют компьютерным системам совершенно понимать человеческую коммуникацию. Они способны семантически анализировать текстовый контент – отзывы, комментарии, обратную связь – извлекая из них содержательную маркетинговую информацию.

3. Компьютерное зрение – это продвинутая технология интерпретации визуальных данных. Алгоритмы этого класса могут распознавать образы, детали и контексты в изображениях и видео, что открывает новые возможности для визуальной персонализации.

4. Предиктивная аналитика – это комплексный подход к прогнозированию будущих тенденций. Она объединяет статистические методы, машинное обучение и глубокий анализ исторических данных для построения вероятностных моделей поведения потребителей.

В дальнейшем мы будем говорить о опыте иностранных компаний в использовании AI для персонализации товаров.

Одна из компаний которая использует персонализированные рекомендации своих товаров является компания *Amazon*, которая представляет себя в качестве первопроходца в технологиях рекомендаций на основе искусственного интеллекта. Компания использует сложные алгоритмы машинного обучения для глубокого анализа пользовательских данных, включая историю покупок, модели просмотра, отзывы о продуктах и множество других поведенческих индикаторов. Исследования показывают, что такой интеллектуальный подход к рекомендациям невероятно эффективен, генерируя около 35% общего объема продаж Amazon (Harvard Business Review, 2023).

Истинная сила их AI заключается в способности улавливать не только явные предпочтения пользователя, но и тонкие, скрытые поведенческие модели, которые могут указывать на потенциальный интерес к определенным категориям товаров.

Другая компания, которая так же демонстрирует еще одно изощренное применение AI в персонализации является компания *Netflix*. Система рекомендаций стриминговой платформы невероятно тонкая, анализирующая впечатляющие 30 миллионов "кластеров интересов" и тысячи жанр-специфических тегов для создания контента, уникально подобранного для каждого подписчика (Forbes, 2024). Персонализация выходит далеко за рамки выбора контента – даже миниатюры фильмов и сериалов динамически адаптируются под индивидуальные предпочтения зрителя, максимизируя вероятность взаимодействия. Благодаря этим передовым подходам на основе AI, как Amazon, так и Netflix демонстрируют, как машинное обучение может трансформировать пользовательский опыт, предоставляя точно нацеленные, индивидуально оптимизированные рекомендации.

Другая компания направлена на кастомизацию и персонализацию своих продуктов является американская компания "*Function of Beauty*", она демонстрирует революционное применение искусственного интеллекта в индустрии красоты. Компания создала уникальный подход к производству косметических средств, где каждый продукт буквально уникален, как отпечаток пальца. Процесс начинается с заполнения пользователем подробной анкеты о состоянии и особенностях волос или кожи, индивидуальных предпочтениях и целях. Затем мощные AI-алгоритмы вступают в действие, анализируя введенные данные и формируя абсолютно индивидуальную формулу из впечатляющих 50 миллиардов возможных комбинаций ингредиентов (Epsilon, 2023).

Динамическое ценообразование и персонализированные скидки использует компания *Uber*, которая демонстрирует утонченность использования машинного обучения в транспортных сервисах, применяя передовые алгоритмы для динамического управления ценами и персонализированного опыта пользователей. Система динамического ценообразования компании представляет собой изощренный механизм, который мгновенно адаптирует стоимость поездки на основе сложного анализа текущего спроса и предложения. Алгоритмы AI учитывают множество факторов – от времени суток до локальной концентрации пассажиров и водителей в конкретном районе города.

Starbucks, демонстрирует передовой подход к использованию искусственного интеллекта в индустрии общественного питания через свое мобильное приложение и программу лояльности Starbucks Rewards. Алгоритмы машинного обучения обрабатывают не только историю предыдущих заказов, но и учитывают множество контекстуальных факторов: время суток, погодные условия, точное местоположение клиента и даже характер его предыдущих взаимодействий с брендом.

Spotify, представляет блестящий пример применения машинного обучения в музыкальной индустрии через свои знаменитые персонализированные плейлисты "Discover Weekly" и "Release Radar" (MIT Technology Review, 2024). Алгоритмы компании работают как утонченные музыкальные кураторы, которые анализируют не только индивидуальные предпочтения каждого пользователя, но и выполняют сложный кросс-анализ с профилями других слушателей, имеющих схожие музыкальные вкусы.

AI имеет множество преимуществ в использовании для персонализации товаров, таких как:

1. Повышение удовлетворенности клиентов – персонализированный подход трансформирует традиционный процесс покупки, превращая его из утомительного выбора в комфортное и интуитивное путешествие. Клиенты получают возможность быстро находить именно те товары, которые идеально соответствуют их индивидуальным потребностям и предпочтениям. Исследование компании Epsilon демонстрирует убедительную статистику: 80% потребителей с гораздо большей вероятностью сделают покупку у бренда, который предлагает персонализированный опыт (Epsilon, 2023).

2. Увеличение конверсии и среднего чека – персонализированные рекомендации работают как точный маркетинговый инструмент, существенно повышающий коммерческие показатели. Аналитики McKinsey утверждают, что грамотная персонализация способна:

- Увеличить выручку компании на 15%,
- Повысить эффективность маркетинговых расходов на 10-30% (McKinsey & Company, 2024).

3. Повышение лояльности и снижение оттока клиентов – это не просто маркетинговый инструмент, а стратегия построения долгосрочных отношений с клиентом. Когда бренд демонстрирует глубокое понимание индивидуальных потребностей, клиент чувствует себя особенным. Исследование Accenture подтверждает этот тезис: 91% потребителей с большей вероятностью будут покупать у брендов, которые их "узнают" и предоставляют максимально релевантные предложения (Accenture, 2023)

Несмотря на положительные качества AI имеет и негативное влияние на персонализацию товаров:

➤ Проблемы конфиденциальности и этические вопросы. Персонализация требует сбора и анализа большого количества данных о пользователях, что вызывает опасения относительно конфиденциальности и соблюдения этических норм. По данным опроса Pew Research Center, 79% американцев обеспокоены тем, как компании используют их персональные данные (Pew Research Center, 2023). Регуляторы всё строже относятся к сбору и использованию пользовательских данных, о чем свидетельствуют такие законодательные акты, как GDPR в Европе и CCPA в Калифорнии.

➤ Эффект "информационного пузыря". Слишком узконаправленная персонализация может создавать "информационные пузыри", когда пользователи видят только те товары и контент, которые соответствуют их текущим предпочтениям. Это ограничивает исследование новых категорий и может привести к снижению разнообразия предложений.

➤ Зависимость от качества и объема данных. Эффективность персонализации напрямую зависит от качества и объема доступных данных. Новые компании или бренды с небольшой клиентской базой могут сталкиваться с "холодным стартом", когда недостаточно данных для точной персонализации.

Исходя из вышесказанной информации и анализа мировых компаний, мы можем выявить тенденции и перспективы развития AI-персонализации:

1. Гиперперсонализация – следующий этап развития персонализации – которая учитывает не только исторические данные о потребителе, но и его текущий контекст: местоположение, время суток, погоду, настроение и другие факторы.

2. Персонализация в офлайн-среде – с развитием технологий Интернета вещей (IoT), биометрии и компьютерного зрения персонализация выходит за рамки онлайн-среды. Умные зеркала в примерочных, интерактивные дисплеи в магазинах и системы распознавания лиц позволяют персонализировать офлайн-опыт покупателей.

3. Прозрачная персонализация – в ответ на опасения потребителей относительно конфиденциальности компании начинают внедрять концепцию "прозрачной персонализации", когда пользователи понимают, на основе каких данных им предлагаются персонализированные рекомендации и могут контролировать этот процесс (Deloitte, 2023).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Искусственный интеллект радикально трансформирует маркетинг, превращая персонализацию из простых рекомендаций создания уникального клиентского опыта. Современные AI - алгоритмы способны анализировать колоссальные объемы данных, выявляя тончайшие закономерности индивидуальных потребительских предпочтений. От базовых рекомендаций технология эволюционировала до создания полностью кастомизированных продуктов. Вместе с потенциалом персонализация сталкивается с серьезными вызовами: защитой конфиденциальности, этическими дилеммами и технологическими ограничениями. Компании, которые найдут баланс между глубокой персонализацией и защитой интересов потребителей, получают значительное конкурентное преимущество.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Accenture. (2023). *Personalization Pulse Check*. <https://www.accenture.com/us-en/insights/interactive/personalization-pulse-check>
2. Epsilon. (2023). *The Power of Me: The Impact of Personalization on Marketing Performance*. <https://www.epsilon.com/us>
3. McKinsey & Company. (2024). *The Value of Getting Personalization Right—or Wrong*. <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>
4. Deloitte. (2023). *The Deloitte Consumer Review: Made-to-Order: The Rise of Mass Personalization*. <https://www.deloitte.com/global/en/issues/generative-ai.html>
5. Pew Research Center. (2023). *Americans and Privacy: Concerned, Confused and Feeling Lack of Control Over Their Personal Information*. <https://www.pewresearch.org/internet/2023/11/15/americans-and-privacy-concerned-confused-and-feeling-lack-of-control-over-their-personal-information/>
6. Harvard Business Review. (2023). *The Age of Personalization: Crafting a Finer Future*. <https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2024/01/05/ai-and-personalization-in-marketing/>
7. <https://hbr.org/sponsored/2018/09/the-age-of-personalization>
8. MIT Technology Review. (2024). *AI-powered personalization: The new frontier in customer experience*. <https://www.technologyreview.com/2024/04/02/1090164/purpose-built-ai-builds-better-customer-experiences/>

Coordonator științific: ROTARU Olesia, PhD,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: olesea.rotaru@ase.md

THE EFFECT OF NEUROMARKETING ON CONSUMER BEHAVIOR

EFFECTUL NEUROMARKETINGULUI ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI

BOLEA Natalia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: bolea.natalia@ase.md

Abstract. Neuromarketing, as a branch of marketing research, deals with the integration of neuroscience techniques, aiming to analyze the complex purchasing behavior of people in general. Representing a fusion between the study of consumer behavior and neuroscience, neuromarketing offers a modern alternative to traditional marketing research methods. The effect that various campaigns, brands and forms of promotion have on us, from a subjective and emotional perspective, is investigated by assessing the attention and enthusiasm that consumers have towards a brand or an item. This research aims to examine the subject using the methods and techniques specific to neuromarketing.

Keywords: neuromarketing, neuroscience, consumer behaviour, traditional marketing, research methods

JEL CLASSIFICATION: M30, M31, M39

INTRODUCERE

Importanța și obiectivele cercetării. Obiectul de studiu al acestei cercetări este reprezentat de studierea comportamentului consumatorului per ansamblu, precum și în particular influența diferitor factori asupra acestuia. Analizând cum neuroștiința lasă amprentă și ne influențează dorințele, necesitățile și posibilitățile de cumpărare și consum al unui anumit produs.

Roger Dooley, autorul cărții „Brainfluence” definește neuromarketingul ca „un domeniu al marketingului care aplică metodele neuroștiinței pentru a analiza cum reacționează creierul și psihicul uman la diverse stimuli de marketing”. Este o metodă de cercetare destul de recentă, concepută pentru a îmbunătăți strategiile de marketing a întreprinderii și, în consecință, a spori impactul acestora asupra diferitor variabile, cum ar fi volumul vânzărilor. Astfel, analizând literatura de specialitate, am putut genera câmpul lexical al „neuromarketingului” cu scopul definirii acestuia prin metoda asemănării cu cuvinte ce îl descriu. (Figura 1)

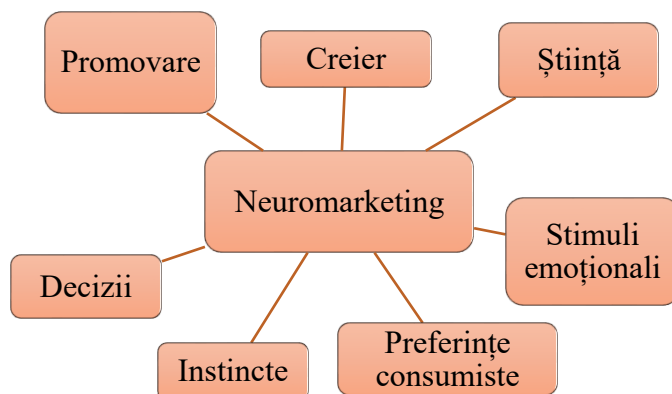


Figura 1. Câmpul semantic al lexemului „neuromarketing”

Sursa: elaborat de autor

Phillip Kotler, în acest mod, a propus o abordare mai modernă a comportamentului unui consumator, legându-l de conceptul cibernetic al unei „cutii negre”, care stă la baza unei forme de input primit de fiecare individ care ulterior îl procesează și evaluează. Cutia neagră a lui Kotler simplifică procesele care au loc în mintea umană care leagă stimulii și răspunsurile și, ca atare, rămâne neobservată. Inputurile ar include situația economică, prețul, calitatea, utilitatea, opțiunea oferită, prezentarea produselor de către specialiștii în marketing, contextul cultural etc., care, figurativ vorbind sunt constrânse de psihologia umană, sunt canalizate în receptorii canalelor de informare precum reclame, frecvența achizițiilor, selecția produselor, întârzierea achiziției, observația personală, mass-media etc. Aceste inputuri, la rândul lor, produc anumite outputuri cum ar fi selecția produsului, alegerea magazinului, frecvența achizițiilor etc. Anticiparea acestor outputuri necesită o înțelegere a proceselor psihologice din interiorul cutiei negre, care în acest caz este mintea unui individ care la rândul său este consumator.

Înțelegerea comportamentului consumatorului este elementul definitoriu în formularea strategiei de marketing a întreprinderilor din diverse domenii. Totodată, neuroștiința joacă un rol crucial în acest sens, deoarece prin implementarea metodelor inovative de cercetare în marketing bazate pe știința neurologică, va fi posibilă îmbunătățirea identificării nevoilor consumatorului, analiza dorințelor, preferințele și percepția lumii consumiste în general. De aceea, obiectivele cercetării vizează identificarea rolului neuromarketingului în analiza comportamentului de cumpărare și consum a individului.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Suportul teoretico-metodologic al articolului constă în documentarea literaturii de specialitate, analiza și sinteza, comparația etc. Drept sursă de inspirație pentru acest articol au servit lucrările autorilor: Ph. Kotler, Roger Dooley, Douglas Van Praet, Antonio Domasio, Dan Ariely etc. și în special „Revista internațională de cercetări a gândurilor creative” (IJCRT).

Rezultate obținute. Autorii continuă să abordeze descifrarea metodologiei ideale pentru aplicarea neuromarketingului. Această cercetare pune accent pe analiza variabilelelor independente, cum ar fi rezultatele vânzărilor, pentru a înțelege mai bine cum neuromarketingul poate genera o creștere pozitivă.

O personalitate relevantă ce a stat la baza dezvoltării științei neuromarketingului Douglas Van Praet afirmă că *„brandingul se referă în esență la așteptările consumatorilor, care sunt formate din amintiri”*. Totodată, Douglas analizează modul în care fiecare alegere pe care o face un individ este adesea realizată fără conștientizare. Acest lucru subliniază cum, deși creierul este activ implicat în procesarea informațiilor, acesta se retrage în momentul în care clientul ia decizia finală cu privire la ceea ce dorește să achiziționeze. Asemenea, la aceeași concluzie ajunge și omul de știință din domeniul medicinei - Antonio Domasio care a studiat pacienții cu leziuni ale părții cortexului prefrontal care este responsabil de procesarea emoțiilor. Acești oameni au avut dificultăți în a lua chiar și decizii de rutină, de aici rezultă că emoțiile ne influențează foarte mult deciziile cotidiene, dar asta nu înseamnă că nu putem influența comportamentul uman. După cum spune psihologul și expertul în economie comportamentală Dan Ariely, *„oamenii sunt iraționali, dar în același timp foarte previzibili”*.

Cu toate acestea, abia în anii 90` ai secolului trecut, tehnologia imagistică biomedicală a avansat, oamenii de știință au reușit să obțină o perspectivă asupra activității neuronale a creierului uman și să combine această tehnologie cu marketingul. În anul 2001, firma de cercetări de marketing „BrightHouse” din SUA a fost prima care a implementat un departamentul de neuromarketing și a efectuat cercetări secrete pentru companiile: „Coca-Cola”, „Levi-Strauss”, „Delta Airlines”, „Ford” și altele.

Oficial, primul studiu de neuromarketing publicat a fost realizat în anii 2003-2004 și a fost o comparație între produsele companiilor „Pepsi” și „Coca-Cola”. La început, subiecților nu li s-a spus ce băuturi beau. Drept urmare, voturile au fost împărțite aproape 50/50 – la o jumătate i-a plăcut o băutură, iar cealaltă jumătate i-a plăcut cealaltă. (Figura 2)

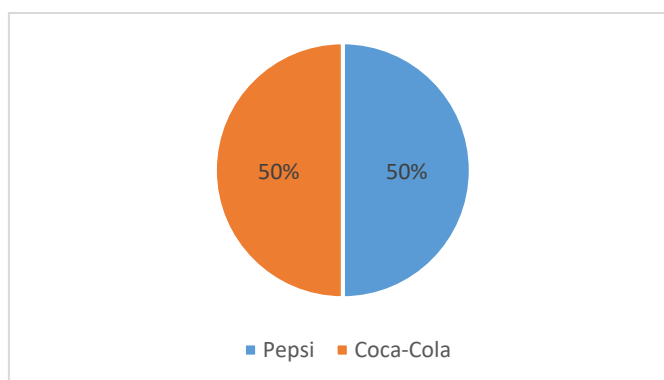


Figura 2. Rezultatele testului orb a produselor companiilor „Pepsi” și „Coca-Cola”

Sursa: elaborat de autor

În cazul testului orb, oamenii nu simt diferența dintre băuturile acestor mărci. Dar în alte teste similar de piață, „Pepsi” a avut mai mult succes, deoarece băuturile sale aveau mai mult zahăr și oamenii le plăcea. În a doua parte a experimentului, participanților li s-a arătat o marcă de băutură înainte de a o încerca, iar 75% dintre ei au ales „Coca-Cola”. În momentul alegerii, creierul a fost activat suplimentar în cortexul prefrontal interior. Este pentru prima dată când oamenii de știință au dovedit neurologic influența mărcilor asupra preferințelor comportamentale. (Figura 3).

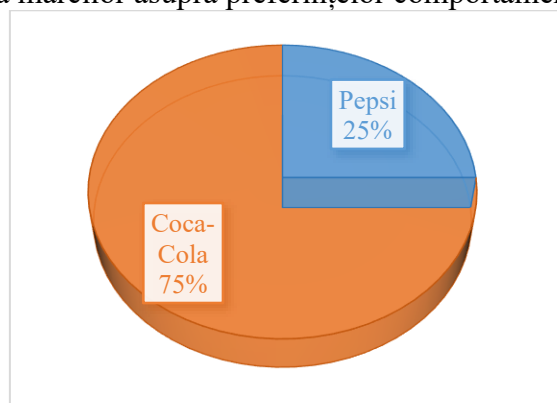


Figura 3. Rezultatele analizei comparative între mărcile „Coca-Cola” și „Pepsi”

Sursa: elaborat de autor

Cercetarea în domeniul neuromarketingului a evidențiat influența majoră pe care mărcile o exercită asupra preferințelor consumatorilor. Deși testul numeric nu a arătat diferențe semnificative între aromele băuturilor „Pepsi” și „Coca-Cola”, legătura cu marca a generat o preferință pronunțată pentru „Coca-Cola” în parcursul celui de-al doilea segment al studiului. Activarea zonei prefrontale interne susține ideea că deciziile legate de achiziție nu depind exclusiv de trăsăturile obiective ale unui produs, ci și de conotațiile emoționale și de atașamentul față de brand. Această cercetare a reprezentat un moment definitoriu în neuromarketing, demonstrând efectul psihologic al brandingului asupra comportamentului consumatorului.

Totodată, după analizarea acestui experiment, s-a dovedit că neuromarketingul este o deviere de la marketingul tradițional, care permite prin diferite mecanisme folosite la nivel neuronal, de a afla cum să îmbunătățim deservirea clienților, conștientizarea preferințelor acestora și în general, perceperea comportamentului consumatorilor. (Tabelul 1)

Tabelul 1. Mecanisme de bază de cercetare a efectelor neuromarketingului

Mecanisme de bază de cercetare a efectelor neuromarketingului:	
Urmărirea ochilor (eye-tracking)	Permite să înțelegi exact unde privește subiectul și pe ce se concentrează. Puteți vedea ce elemente ale ambalajului sau magazinului influențează decizia de cumpărare.
Analiza expresiilor faciale (Facial coding)	Tehnologia analizează expresiile faciale umane pentru a determina reacțiile emoționale. Sistemul de codificare a mișcărilor faciale este utilizat pentru a evalua ce emoții evocă materialul de marketing în publicul țintă, precum și pentru a analiza reacțiile fiziologice.
Metodele neurofiziologice înregistrează reacțiile organismului, inclusiv ritmul cardiac și semnalele creierului. Acestea includ mai multe moduri:	Electroencefalografia (EEG) este capacitatea de a înregistra activitatea electrică a cortexului cerebral prin intermediul senzorilor atașați la cap.
	Imagistica prin rezonanță magnetică funcțională (fMRI) vă permite să vedeți ce zone ale creierului sunt activate ca răspuns la anumiți stimuli.
Test cu detector de minciuni (poligraf).	Măsurarea nivelurilor de conductanță a pielii - poate înregistra activitatea electrică a pielii și modificările transpirației.
	Un sondaj prin care puteți urmări reacția organismului atunci când răspundeți la o anumită întrebare. Alături de beneficiile metodelor de neuromarketing, sunt ridicate și probleme etice. Principalul este modul în care să utilizați corect erorile de gândire și datele despre reacțiile subconștiente pentru manipulare. Unii experți consideră că acest lucru poate duce la un control excesiv asupra comportamentului consumatorilor.

Sursa: elaborat de autor

CONCLUZII

Neuromarketingul, ca o abordare logică în sfera cercetării promoționale, se referă la aplicarea unor tehnici bazate pe neuroștiințe, având ca scop o înțelegere mai profundă a comportamentului uman. Fuzionând două concepte distincte- datele despre comportamentul clienților și neuroștiința consumatorului, astfel neuromarketingul transformă metodele tradiționale din domeniul cercetării de marketing. Influența pe care anumite campanii publicitare, branduri și produse o exercită asupra noastră este foarte semnificativă, de aceea această lucrare de cercetare analizează acest domeniu și mecanismele de bază pentru a obține o viziune mai clară asupra uneia dintre cele mai promițătoare teorii în marketing și importanța sa pentru consumatorul din zilele noastre.

REFERINȚE:

1. Belostecnic, G., & Jomir, E., (2023). *Marketing general și Business to Business*. ASEM, Chișinău,
2. Neural Correlates of Behaviour Preference for Culturally Familiar Drinks. (2004). *Neuron*, 44 (14), 379-387.
3. Zoega, R. (2014). *Introduction to Neuromarketing & Consumer Neuroscience*. Neurons Inc

Coordonator științific: SAHARNEAN Liliana, asist. univ.,
 Academia de Studii Economice din Moldova
 Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
 e-mail: saharnean.liliana@ase.md

CONVERSION RATE OPTIMIZATION AS PART OF THE E-COMMERCE MARKETING MIX

OPTIMIZAREA RATEI DE CONVERSIE CA PARTE COMPONENTĂ A MIXULUI DE MARKETING ÎN E-COMMERCE

¹ GÎRBU Ana-Maria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică
e-mail autor: girbu.ana@ase.md

² ȘOCHICHIU Ion, student, specialitatea: Marketing și Logistică
e-mail autor: shochichiu.ion@ase.md

^{1,2} Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Abstract: The aim of this study is to explore the correlation established between the processes that derive from conversion rate optimization methodologies and the traditional marketing mix. As the technological novelties emerge and bring to light more and more advanced instruments for digital users, the traditional customer evolves and becomes harder to convince to buy, therefore all e-commerce companies face an intense battle for customer attention and loyalty. Conversion rate optimization, further on abbreviated as CRO, becomes the mechanism that puts together all the traditional marketing mix components and reinforces their impact, as CRO is directed towards transforming more visitors into customers. In this article we'll focus on examining how CRO integrates within the current digital marketing mix and what makes it the perfect sinergetical element that bridges the gap between the attention acquisition and the real revenue generation. This article explains how CRO addresses the core disparity in most marketing approaches, which prioritize top-of-funnel actions while overlooking the critical conversion stage when revenue is generated. This study shows how even small changes on a website or page can have a significant impact on the number of people buying a product, proving CRO as one of the digital marketing efforts with the highest return on investment. The methodology used in this article includes the analysis of data and study cases used by global companies in their CRO activities. The materials on which this study is based include recent online publications and data from the official websites of the examined CRO researchers and companies.

Key words: conversion rate optimization, e-commerce marketing, user experience, A/B testing, customer journey

JEL CLASSIFICATION: M310, L810

INTRODUCERE

Optimizarea conversiei, mai numită CRO (din engleză - Conversion Rate Optimisation) este o metodă sistematică prin care se dorește creșterea numărului de utilizatori ai unui site care devin în final în clienți, deci reprezintă totalitatea schimbărilor implementate pe o pagină web cu scopul de a convinge utilizatorul de a efectua o anumită acțiune, așadar de a interacționa cu conținutul de pe site. Actualitatea acestui articol constă în prezentarea aspectelor CRO ca instrument principal în scalarea profitului afacerilor gloable în lipsa creșterii investițiilor în arii cum ar fi promovarea vânzărilor sau publicitatea. Obiectivul acestei cercetări este de a demonstra utilitatea optimizării ratei de conversie în cazul companiilor care au deja un flux constant de vizitatori pe site și cum micile schimbări introduse prin metodele CRO pot face ca mai mulți dintre vizitatori să devină clienți, fără a cheltui bani suplimentar pe reclame sau alte metode de atragere a traficului. Costul de achiziție pentru optimizarea ratei de conversie este de obicei mult mai mic decât cel necesar pentru a atrage trafic nou. Mii de companii cheltuie milioane pentru reclame Meta, însă randamentul acestor investiții va fi minim atât timp cât pe site este trimis un număr mare de persoane, dar ajung să cumpere

doar un procent mic. Nu este suficient să aduci trafic pe un site, esențial este să transformi vizitatorii în clienți, astfel CRO devine de fapt în era digitală o componentă esențială a mixului de marketing, întrucât justifică eforturile de promovare prin canale precum SEO, publicitate pe social media și email marketing. Este asemenea unui catalizator care intensifică impactul și viteza cu care o companie își culege roadele din urma utilizării instrumentelor de marketing tradiționale. CRO este acel element al mixului de marketing care transformă o varietate de strategii dispersate într-un sistem unitar, care calibrează fiecare componentă pentru o performanță maximă, de la prima interacțiune pe social media până la finalizarea comenzii, deci CRO crește șansa ca fiecare vizitator să devină client, completând eforturile de marketing. (Econsultancy Optimization Report, 2018).

METODELE UTILIZATE ÎN CRO ȘI IMPACTUL LOR ASUPRA CELOR 4P

Vom adresa și explica câteva dintre metodele principale care redau esența procesului de optimizare a ratei de conversie. Testarea A/B, cunoscută și sub denumirea de testare divizată, apare ca element fundamental, fiind utilizată de peste 50% din întreprinderile comerciale (Fig.1) care dețin site-uri web la nivel mondial și servind ca bază pentru toate celelalte activități de optimizare. Ea este un proces de experimentare în care două versiuni (A și B) sunt comparate pentru a determina care variabilă funcționează mai bine.

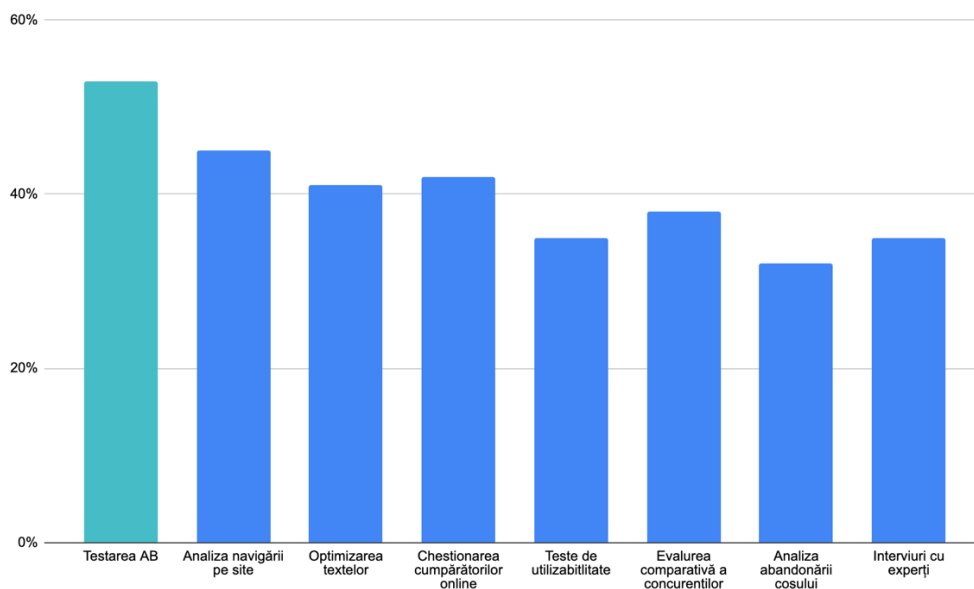


Fig.1. Distribuția metodelor folosite la nivel global de companii pentru a îmbunătăți ratele de conversie pe paginile web

Sursa: Elaborat de autor în baza (Econsultancy Optimization Report, 2018).

Testarea A/B le permite companiilor să ia decizii în mod informat cu privire la schimbările de pe site care să conducă la rezultate precum îmbunătățirea ratelor de conversie și a experienței utilizatorilor. În strategia de produs, testele A/B ajută la perfecționarea modului în care este prezentată oferta către consumatori. Marketerii pot experimenta cu diferite descrieri ale produselor, imagini și accente ale caracteristicilor pentru a identifica cele mai eficiente combinații care comunică în mod optim utilitatea și determină interacțiune din partea cumpărătorilor. Aceste teste se referă la aspectul paginilor de produs de pe site, deci la formatul și la designul ambalajelor în context digital, pentru a garanta că produsul produce cea mai puternică impresie posibilă asupra potențialilor clienți. Un exemplu remarcabil în acest sens este Airbnb, platforma globală online pentru cazare, care a utilizat A/B testingul pentru a evalua dacă fotografiile profesionale, cu rezoluție înaltă ale hotelurilor și apartamentelor expuse, influențează semnificativ deciziile de rezervare. Compania a dorit să determine dacă fotografiile profesionale care necesită investiții vor conduce la mai multe rezervări în comparație cu fotografiile amatoare trimise de gazdele și stăpânii proprietăților. În urma testării

A/B, s-a constatat că proprietățile care au prezentat fotografii realizate profesional au obținut îmbunătățiri remarcabile în ceea ce privește indicatorii de conversie, înregistrând de 2,5 ori mai multe rezervări decât anunțurile similare care au folosit fotografii de amatori. Efectul combinat al acestor îmbunătățiri s-a tradus într-o creștere măsurabilă de 24% a veniturilor totale pe proprietate, demonstrând modul în care o prezentare vizuală îmbunătățită contribuie direct la performanța finală. Aceste evidențe indică în mod clar faptul că un vizual de înaltă calitate nu numai că face rezervarea mai atractivă pentru potențialii oaspeți, dar creează, de asemenea, o plus-valoare materială, permițând stabilirea unor prețuri superioare și determinând, în același timp, creșterea numărului de rezervări. (Airbnb Tech Blog, 2014).

Pentru strategiile de stabilire a prețurilor, testele A/B oferă informații valoroase cu privire la sensibilitatea și percepția clienților asupra prețurilor. Companiile pot testa diferite niveluri de preț, structuri de reduceri și propuneri de valoare pentru a găsi echilibrul optim între rentabilitate și conversie. Această abordare ajută la determinarea modului în care prezentarea prețurilor afectează deciziile de cumpărare, inclusiv impactul psihologic al unor formate de preț specifice sau eficiența prețurilor combinate față de prețurile individuale ale articolelor. Amazon, liderul mondial al comerțului electronic, experimentează în permanență strategii de stabilire a prețurilor pentru a maximiza atât conversiile, cât și rentabilitatea. Compania a determinat prin utilizarea metodei A/B că modificările subtile ale prezentării prețurilor - inclusiv formatarea numerică, structurile de reduceri și opțiunile de pachete - ar putea influența semnificativ comportamentul de cumpărare al clienților. Amazon a testat două versiuni ale afișării prețurilor sale: versiunea A - prețuri standard (de exemplu, „100 \$”) și versiunea B - prețuri de precizie (de exemplu, „99,87 \$”). Formatul de stabilire precisă a prețurilor a obținut o rată de conversie mai mare cu 1,7%, demonstrând eficiența sa în a determina mai mulți clienți să își finalizeze achizițiile. Această versiune a excelat în special în cazul articolelor cu valoare mai mare, unde prețurile detaliate au creat o percepție mai puternică a valorii și a calculării atente a prețului. Cifrele zecimale precise arătau inconștient clienților că Amazon a calculat cu atenție costurile până la un cent, creând o impresie de corectitudine și transparență. Acest efect a fost deosebit de puternic pentru produsele cu prețuri mai mari de 50 de dolari, unde cumpărătorii efectuează în mod natural evaluări mai amănunțite ale prețurilor. Deși creșterea conversiei cu 1,7% poate părea modestă, aceasta s-a tradus în câștiguri substanțiale de venituri în cadrul companiei Amazon. (Amazon Science Team, 2020).

Activitățile promoționale beneficiază în mod semnificativ de testarea A/B pe toate canalele. Fie că se testează liniile de subiect ale e-mailurilor, creativele publicitare sau formatele postărilor din social media, această metodologie identifică mesajele care rezonază cel mai bine cu publicul țintă. Informațiile obținute ajută la ajustarea tonului, a accentului mesajelor și a coerenței apelului la acțiune, asigurându-se că resursele promoționale sunt alocate variantelor cu cele mai mari performanțe. Netflix a efectuat teste A/B extinse pe campaniile sale promoționale prin e-mail, comparând două versiuni de linii de subiect pentru memento-urile de reînnoire a abonamentului pe e-mail. Versiunea A a folosit o abordare directă „Abonamentul dvs. se reînnoiește în curând”, în timp ce versiunea B a folosit un limbaj personalizat, axat pe beneficii „Continuați să urmăriți [numele serialului] – abonamentul se va reînnoi în 3 zile. Versiunea B a obținut o rată de deschidere a emailului cu 28% mai mare și o rată de clicuri cu 15% mai mare, demonstrând puterea unui mesaj personalizat și relevant în stimularea interacțiunii consumatorilor. Versiunea câștigătoare a avut succes deoarece a valorificat legătura emoțională a telespectatorilor cu conținutul specific pe care îl urmăreau în mod activ, creând un sentiment de continuitate în loc să prezinte mesajul ca pe o alertă operațională. (Amazon Science Team, 2020).

În strategia de distribuție, testarea A/B optimizează parcursul clientului în diferite puncte de contact. Aceasta include testarea diferitelor structuri de navigare pe site, a proceselor de plată și chiar a experiențelor specifice fiecărui sector. Prin identificarea punctelor de fricțiune și a căilor de acces predilecte, specialiștii în marketing pot raționaliza calea către achiziție și pot îmbunătăți experiența generală a utilizatorului. ASOS, retailerul global de modă, a identificat o rată ridicată de

abandonare a coșului pe dispozitivele mobile - 68% dintre utilizatori adăugau produse în coș, dar numai 22% finalizau achizițiile. Pentru a soluționa această problemă, compania a implementat un test A/B prin compararea a două versiuni de checkout: versiunea A - checkout tradițional în mai multe etape (5 pagini: coș → autentificare → expediere → plată → confirmare) și versiunea B - checkout simplificat cu o singură pagină și un sistem de urmărire a progresului afișat printr-o bară dinamică. Prin consolidarea procesului de checkout într-o singură pagină bine concepută, cu un sistem clar de urmărire a progresului, ASOS a redus barierele psihologice și practice care împiedicau anterior conversia. Creșterea cu 31% a ratelor de conversie pe mobil a rezultat din capacitatea versiunii B de a menține concentrarea și impulsul utilizatorului pe tot parcursul procesului de cumpărare. Fluxul continuu, neîntrerupt, a prevenit pierderea interesului care apărea adesea atunci când utilizatorii trebuiau să aștepte încărcarea mai multor pagini în cadrul procedurii tradiționale de checkout. (ASOS Tech Blog, 2022).

CONCLUZII

Așadar, CRO creează o punte între eforturile de marketing și rezultatele activităților acestuia, îmbunătățește strategiile de produs prin rafinarea modului în care ofertele sunt prezentate și percepute, perfecționează abordarea prețurilor prin testarea modului în care diferite structuri influențează deciziile de cumpărare, consolidează campaniile promoționale prin identificarea mesajelor și formatelor care atrag profitul și raționalizează site-ul ca un tot întreg și principal canal de distribuție prin eliminarea fricțiunii din parcursul clienților de la vizualizare până la adăugare în coș. Ceea ce face ca CRO să fie deosebit de puternic este obiectivul său centrat pe client, spre deosebire de inițiativele ample de marketing care lansează o plasă largă, CRO se concentrează pe micro-interacțiunile care stabilesc dacă un utilizator cumpără sau renunță. Pentru marketerii moderni, CRO nu mai este un aspect opțional, ci o componentă fundamentală care garantează că fiecare element al mixului de marketing este eficient. Într-o eră a creșterii costurilor de achiziție și a concurenței sporite, CRO este cheia pentru deblocarea întregului potențial al mixului de marketing. Nu este doar despre a face mai mult - este despre a face astfel încât fiecare interacțiune să conteze.

REFERINȚE:

1. Airbnb Engineering & Data Science team (2014). *Using A/B Testing to improve the Airbnb Experience*. <https://medium.com/airbnb-engineering/experiments-at-airbnb-e2db3abf39e7#.miqyczkzb>.
2. ASOS Tech Blog (2022). *Checkout Optimization*. <https://www.adyen.com/knowledge-hub/optimizing-mobile-payment-experience-to-increase-checkout-conversion>.
3. Econsultancy (2018). *Optimization Report*. <https://econsultancy.com/reports/2018-optimization-report/>.
4. Amazon Science Team (2020). *Dynamic Pricing Experiments at Scale*. <https://www.amazon.science>.
5. Netflix Technology Blog (2021). *Optimizing communications through experimentation*. <https://netflixtechblog.com/its-all-a-bout-testing-the-netflix-experimentation-platform-4e1ca458c15>.

Coordonator științific: JOMIR Eudochia, drd., asist. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: eudochia.jomir@ase.md

THE IMPACT OF THE STORY MAKER IN SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGIES

IMPACTUL STORY MAKER-ULUI ÎN STRATEGIILE DE SOCIAL MEDIA MARKETING

MORARU Valeria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: moraru.valeria@ase.md

Abstract: With digitalization, marketing has shifted from traditional methods to storytelling-based strategies that build brand identity. The "Story Maker" concept allows brands to connect more deeply with their audiences. This research explores how this concept influences consumer behavior, drives engagement and strengthens brand identity. Case studies from e-commerce giants such as Temu and SHEIN reveal how ads appearing in story feeds boost sales but also risk irritating users. While this strategy increases short-term conversions, brands must balance aggressive promotion with genuine engagement to ensure long-term digital marketing success.

Keywords: brand identity, digital marketing, emotional branding, e-commerce, advertising.

JEL CLASSIFICATION: M37

INTRODUCERE

Odată cu digitalizarea, marketingul a trecut de la metodele clasice la strategii centrate pe conținut emoțional care evidențiază și conturează identitatea brandului. Astfel, în era digitală, brandurile nu mai vând, ele povestesc, nu mai conving- ele fascinează. Conceptul de „Story Maker” reprezintă una dintre cele mai inovatoare tendințe în domeniul social media marketing, permițând brandurilor să creeze conexiuni mai profunde și mai autentice cu audiența lor prin intermediul poveștilor.

Scopul cercetării date este de a explora relația dintre „Story Maker”, ca instrument narativ, și eficiența strategiilor de marketing digital. Vom analiza modul în care poveștile bine construite pot influența comportamentul consumatorilor, pot îmbunătăți misiunea companiei și pot extinde identitatea brandului în mediul online. Astfel, intrând adânc în istoria și proveniența celor mai cunoscute companii de e-commerce, am analizat influența acestora asupra publicului activ pe rețelele de socializare.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

În era contemporană, firmele de e-commerce au transformat modul în care mărcile se conectează cu viitorii consumatori prin conținut de tip Story pe rețelele sociale. Această metodă, denumită „promovări deschise” sau „open story advertising”, constituie o strategie de marketing puternică în cadrul căreia anunțurile sunt vizibile în feed-urile utilizatorilor, indiferent dacă aceștia sunt abonați sau nu la brandul respectiv. În continuare, voi pune accentul pe două cele mai cunoscute platforme de e-commerce, cum ar fi Temu și SHEIN.

Temu este o platformă de comerț online care a început să funcționeze în anul 2022. Strategia sa de marketing are ca focus promovările din Instagram Story. Ideea principală a strategiei abordate de către marketerii Temu este inserarea reclamelor fără a fi solicitate. Când utilizatorii scrolează prin Instagram Stories, reclamele Temu sunt incluse în fluxul de conținut, indiferent dacă acești utilizatori au avut anterior vreo legătură cu brandul. La pachet cu strategia dată, Temu a folosit o tactică de repetare intensivă, în care reclamele lor apăreau de mai multe ori într-o singură sesiune de vizionare a Story-urilor. Datorită faptului dat, constatăm că prin creșterea frecvenței de expunere, brandul sporește șansele ca utilizatorii să observe și să rețină mesajul publicitar.

Un alt aspect tehnic avansat al strategiei lor este personalizarea prin algoritmi. Chiar și atunci când un utilizator nu urmărește direct Temu, algoritmi de pe Instagram analizează comportamentul online al acestuia pentru a identifica interesul său pentru anumite tipuri de conținut. Acest lucru permite Temu să ajungă la un public extrem de receptiv. Rezultatele acestei strategii sunt cu adevărat remarcabile din punct de vedere comercial. Datele din perioada anilor 2023-2024 arată că Temu a avut o creștere fantastică în ceea ce privește vânzările globale (figura 1). Totuși, acest mod de abordare intensă a generat și controverse, mulți utilizatori raportând inițial sentimente de iritare în fața acestor reclame necerute.

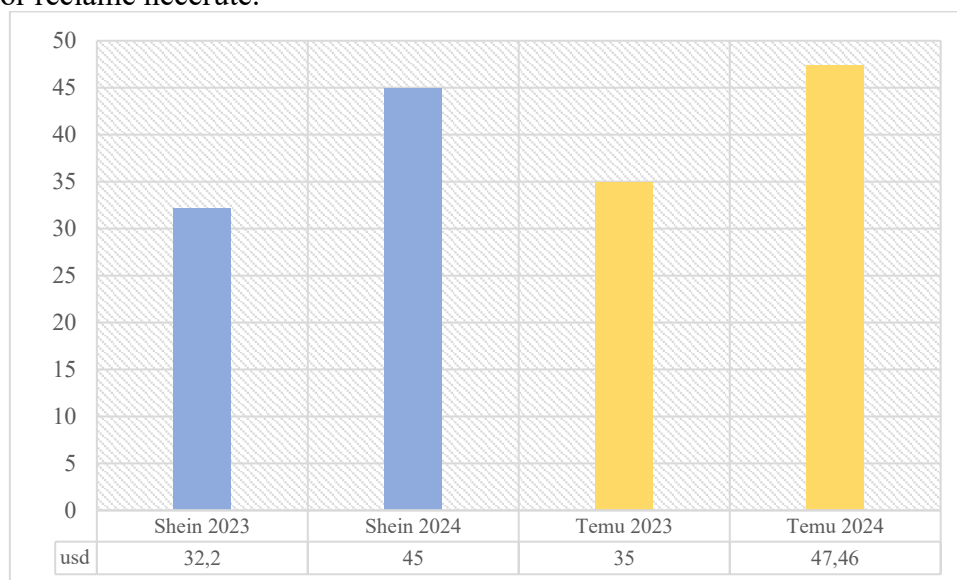


Figura 1. Vânzările globale SHEIN și Temu în anii 2023-2024 (miliarde USD)

Sursa: elaborat de autor în baza statisticilor din AMZ Scout (2024) și Reuters (2024)

O altă platformă la fel de populară în ziua de astăzi este **SHEIN**, a cărei strategie pune accent pe personalizare și autenticitate. Compania folosește informații despre comportamentul utilizatorilor pentru a face o împărțire foarte detaliată a acestora, reușind să promoveze produse relevante chiar și pentru cei care nu au avut anterior contact cu brandul. În loc să facă publicitate la produse separate, SHEIN a lansat ideea de mini-colecții tematice în Story-uri. Aceste colecții, cum ar fi „Biorou” sau „Esențiale de Vară”, creează o poveste vizuală unită și atrăgătoare într-o perioadă scurtă, oferind utilizatorilor o viziune mai amplă asupra produselor oferite de brand.

Rezultatele acestei metode sunt impresionante. Între anii 2023 și 2024, cu toate că SHEIN a avut provocări în păstrarea creșterii veniturilor în primele șase luni ale anului 2024, compania a înregistrat o majorare de 23%, în contrast cu 40% în anul anterior, referitor la rata de conversie pentru campaniile din Story. În plus, costul pentru fiecare achiziție a fost mult mai mic în comparație cu metodele de publicitate obișnuite, arătând cât de eficientă este strategia lor de marketing online.

În spatele acestor promovări se află un sistem tehnologic complex și avansat. Platformele de Instagram folosesc algoritmi de inteligență artificială ce pot prezice cu precizie ce utilizatori vor interacționa cu anunțuri, chiar și fără contact anterior. Procesul include mecanisme precum Licitarea în Timp Real (RTB), unde companii ca Temu participă la licitații instantanee pentru spațiul publicitar din Story-uri. Tehnicile de urmărire a pixelilor și cookie-uri între platforme ajută firmele să utilizeze istoricul de navigare de pe alte site-uri pentru a ținti reclamele strategice.

Promovările din Story-uri generează diverse reacții psihologice complexe. Una dintre acestea este efectul de familiarizare, unde expunerea repetată la reclamele unui brand specific oferă o senzație artificială de familiaritate, chiar și fără interacțiuni precedente. Tehnicile exploatează strategic Frica de a Rata (FOMO), în special prin ofertele cu timp limitat, care stimulează un impuls imediat de cumpărare. Astfel, formatul vizual captivant scurtează eficient timpul în care consumatorii iau o decizie, grăbind momentul cumpărării și reducând perioada de gândire și evaluare critică.

Funcția „Cumpără acum” a fost integrată direct în formatele de tip Story printr-un buton vizibil, de obicei plasat în partea inferioară a ecranului sau direct pe imaginea/video-ul Story-ului. Instrumentul dat oferă posibilitatea de a cumpăra imediat fără ca utilizatorii să părăsească aplicația. Brandurile au găsit strategii eficiente, cum ar fi implicarea influencerilor, care încorporează produse în Stories ca și cum acestea ar fi fost descoperite în mod natural.

Cu toate acestea, strategia are și provocări. Chiar dacă promovările deschise generează vânzări inițiale mari, studiile arată că fidelitatea clienților obținută prin aceste canale este cu aproximativ 27% mai mică decât în cazul altor metode de marketing. Aceasta sugerează un posibil compromis între profitul rapid și relațiile pe termen lung cu clienții.

CONCLUZIE/ RECOMANDĂRI

Privind spre viitor, specialiștii prevăd mai multe schimbări importante în promovările din mediul digital. Predomină riscul ca utilizatorii să devină sătui de reclame pe măsură ce mai multe branduri adoptă această strategie. În același timp, platformele sociale implementează reguli mai stricte cu privire la frecvența și natura reclamelor, pentru a păstra un echilibru între experiența utilizatorului și monetizare.

Personalizarea avansată este pasul prioritar în apropierea cu cumpărătorii deja existenți și cu publicul nou. Brandurile de succes vor fi cele care îmbină eficient o promovare puternică cu o reală valoare pentru utilizatori, transformând o posibilă iritare inițială în relații autentice cu clienții. A avea succes necesită o abordare fină care să ofere adevărată valoare și relevanță, în timp ce se păstrează o determinare strategică. Tendințele recente arată că cel mai bun marketing nu va vinde doar produse, ci va crea povești care rezonază personal cu clienții. Pe măsură ce platformele digitale continuă să se dezvolte, brandurile care înțeleg și aplică cu adevărat această abordare completă vor avea probabil un avantaj de lider pe piață.

REFERINȚE:

1. Cum marketingul îndrăzneț și super-reducerile Temu zguduie comerțul electronic (2025). <https://clickmagic.pl/en/temu-marketing-discounts-ecommerce/>
2. Cum poți folosi poveștile Instagram pentru a-ți implica publicul? (2025). <https://vrealike.ro/blog/cum-poti-folosi-povestile-instagram-pentru-a-ti-implica-publicul>
3. Este Gamificarea viitorul comerțului electronic? Cum perturbă Temu și Shein platformele tradiționale (2025) <https://marian-temmen.medium.com/is-gamification-the-future-of-e-commerce-how-temu-and-shein-are-disrupting-traditional-platforms-ca3ccd7cce59>
4. Temu și Shein se luptă să transforme vizitele în tranzacții (2025). <https://www.pymnts.com/news/ecommerce/2023/temu-and-shein-struggle-to-convert-visits-into-transactions/>
5. 5 moduri în care comerțul electronic Shein conduce evoluția Fast Fashion (2025). <https://monetate.com/resources/blog/5-ways-shein-ecommerce-is-leading-the-evolution-of-fast-fashion/>

Coordonator științific: SAHARNEAN Liliana, asist. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: saharnean.liliana@ase.md

MARKETING AND PROMOTION IN THE ONLINE ENVIRONMENT

MARKETING ȘI PROMOVARE ÎN MEDIUL ONLINE

POSTOLACHE Alexandrina, studentă, specialitatea: BA
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: postolache.alexandrina@ase.md

Abstract: This research explores the role of video advertising in modern marketing, emphasizing its impact on creating effective campaigns. It examines key elements of successful ads, including clear messaging, emotional connection, and production techniques, while analyzing current trends. The study uses case studies from brands like Coca-Cola, Nike, and Volvo to demonstrate how video ads influence consumer behavior and boost engagement. Findings show that well-crafted video ads increase memorability and conversions. Additionally, the integration of fashion and aesthetics in automotive advertising reflects a trend toward immersive brand experiences.

Keywords: Video advertising, marketing strategies, emotional connection, production techniques, trend analysis.

JEL CLASSIFICATION: M31, M37, M39, D83

INTRODUCERE

Publicitatea reprezintă un instrument esențial în marketing, având rolul de a influența deciziile consumatorilor și de a construi relații durabile cu aceștia. În contextul actual, în care tehnologia și internetul joacă un rol dominant, publicitatea online, și, în special, cea video, a devenit un element central al strategiilor de marketing. Prin utilizarea diverselor tipuri de reclame și a tehnicilor inovative de producție, brandurile reușesc să capteze atenția consumatorilor, să îi convingă de valoarea produselor sau serviciilor lor și să îi fidelizeze.

Scopul cercetării constă în analiza importanței publicității video în marketingul modern, evidențiind modul în care aceasta contribuie la crearea unor campanii eficiente. De asemenea, lucrarea își propune să studieze elementele-cheie ale unei reclame de succes, cum ar fi mesajul clar, conexiunea emoțională cu publicul și tehnicile de producție și să ilustreze tendințele actuale. Astfel, scopul este de a oferi o înțelegere completă a modului în care publicitatea video influențează comportamentul consumatorilor și cum poate fi utilizată eficient pentru a maximaliza impactul unei campanii.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Publicitatea reprezintă un element esențial al marketingului modern, având rolul de a atrage atenția consumatorilor, de a influența comportamentele de cumpărare și de a consolida imaginea unui brand pe piață. Printre principalele scopuri ale publicității se numără **informarea, persuasiunea și reamintirea**. Informarea presupune furnizarea de detalii despre caracteristicile și avantajele unui produs sau serviciu, pentru a ajuta consumatorii să ia decizii informate. Persuasiunea, pe de altă parte, se referă la influențarea alegerilor consumatorilor, creându-le dorința de a achiziționa un produs sau serviciu. În cele din urmă, reamintirea joacă un rol important în menținerea unui brand sau produs în mintea consumatorilor, contribuind la fidelitatea acestora și la recurența vânzărilor. Aceste scopuri sunt susținute prin diverse forme de publicitate, fiecare având un impact diferit asupra audienței vizate. Printre cele mai populare tipuri de marketing și reclame se numără **reclamele video, reclamele vizuale, reclamele audio și reclamele interactive**. (Webmol.md, n.d.; Copymate, 2024)

În era digitală, promovarea online a devenit dominantă, iar publicitatea video se distinge ca unul dintre cele mai eficiente instrumente de marketing. Reclamele video sunt utilizate pe platforme precum televiziunea, YouTube, TikTok sau Facebook Ads. Acestea sunt capabile să combine ele-

mente vizuale și audio pentru a transmite un mesaj puternic, ceea ce le face ideale pentru captarea atenției publicului larg. Reclamele video pot îndeplini diferite roluri, de la promovarea unui produs sau serviciu, până la crearea unei imagini emoționale asociate unui brand. În acest context, o reclamă video calitativă trebuie să conțină câteva elemente esențiale, precum un mesaj clar, emoție, storytelling și un call to action (CTA). Mesajul clar ajută la transmiterea directă a valorilor brandului, iar emoția creează o conexiune cu publicul, stimulând un răspuns afectiv față de brand sau produs. Storytelling-ul sau narațiunea captivantă este folosit pentru a atrage atenția și a face mesajul mai memorabil, în timp ce call to action-ul încurajează consumatorii să ia măsuri, cum ar fi cumpărarea unui produs sau testarea unui serviciu (Copymate, 2024; Ștefania, 2023).

Un exemplu de succes este campania „Open Happiness” a Coca-Cola, care creează un sentiment de fericire și prietenie. Nike, cu „Just Do It”, inspiră determinare, iar Dove, prin „Real Beauty”, încurajează încrederea în sine. De asemenea, în industria auto, campania „The Best or Nothing” a Mercedes-Benz transmite un mesaj de calitate superioară și excelență, consolidând legătura emoțională cu consumatorii și promovând statutul și performanța. Aceste campanii evidențiază importanța conexiunii emoționale dintre brand și consumator, transmițând viziunea acestuia într-un mod memorabil și convingător. În acest context, publicitatea video se remarcă prin puterea sa de a combina imaginea, sunetul și povestea, rezultând o experiență captivantă pentru consumatori (Vidy PUB, 2014; Tyler Vandervort (VV Media), 2023; Dove PH, 2017; Nuno Ferreira, 2010). Datorită expansiunii platformelor sociale și a consumului de conținut online, reclamele video au devenit esențiale pentru strategiile de marketing, oferind avantaje, precum:

- **Creșterea ratelor de conversie:** includerea unui videoclip pe pagina de destinație poate crește ratele de conversie cu peste 80%
- **Îmbunătățirea conștientizării brandului:** 93% dintre branduri au câștigat un nou client după postarea unui videoclip online
- **Creșterea traficului pe site:** site-urile care includ conținut video au de 53 de ori mai multe șanse să apară pe prima pagină a rezultatelor căutării Google
- **Creșterea implicării utilizatorilor:** videoclipurile sociale generează cu 1200% mai multe distribuiri decât textul și imaginile combinate, iar spectatorii rețin 95% dintr-un mesaj atunci când este prezentat prin video
- **Câștigarea încrederii și credibilității:** 57% dintre consumatori se simt mai încrezători în ceea ce privește achizițiile online după ce vizionează videoclipuri
- **Creșterea ratei de clic în emailuri:** Includerea unui videoclip în emailuri poate crește ratele de clic cu până la 200-300%
- **Creșterea memorizării mărcii:** 80% dintre utilizatori își amintesc un anunț video pe care l-au vizionat în ultimele 30 de zile. Această rată ridicată de reamintire demonstrează impactul puternic al marketingului de conținut și al publicității video asupra memoriei consumatorilor.
- **Mărirea timpului petrecut pe site:** utilizatorii petrec cu 88% mai mult timp pe site-uri web cu videoclipuri (Laura Chaves, 2024).

Industria auto utilizează frecvent publicitatea video pentru a evidenția valorile brandului și caracteristicile mașinilor. Iată câteva exemple (mai vechi):

1. **Volvo – Siguranța** (Volvo Trucks, 2013)

- **Reclamă:** „The Epic Split” cu Jean-Claude Van Damme
- **Strategie:** Demonstrație vizuală spectaculoasă a stabilității camioanelor Volvo.
- **CTA:** „Descoperă tehnologia Volvo Dynamic Steering”

2. **Mercedes-Benz – Lux și Prestigiu** (Mercedes-Benz, 2019)

- **Reclamă:** „Bertha Benz: The Journey That Changed Everything”
- **Strategie:** Poveste inspirată din realitate, care evidențiază spiritul inovator al brandului.
- **CTA:** „Drive the Future”

2. **BMW – Adrenalină și Performanță** (FeaturedBestVideos, 2013)

- **Reclamă:** „The Hire” – o serie de scurtmetraje
- **Strategie:** Stil cinematic, punând mașina în centrul acțiunii.
- **CTA:** „Feel the Thrill”

3. **Toyota și Fiabilitatea** (Nikolos, 2020)

- **Reclamă:** „It's a Trap!” – o serie de scurtmetraje
- **Strategie:** Se pune accent pe fiabilitatea și rezistența vehiculelor Toyota în condiții dificile, demonstrând că sunt parteneri de încredere pe termen lung
- **CTA:** „Count on Toyota”

În ultimii ani, reclamele auto au evoluat din simple prezentări de performanță și tehnologie către adevărate experiențe vizuale, unde **moda**, estetica și prezența feminină joacă un rol esențial. Iată cum se reflectă această tendință în cele trei exemple menționate:

1. Evenimentul **Brabus Signature Night 2024** alege să îmbine o prezentare de modă cu una de mașini pentru a sublinia conexiunea între inovația tehnologică și valorile umane fundamentale, cum ar fi calitatea, individualitatea și cultura. În cadrul acestui eveniment exclusivist, noile modele Brabus, echipate cu tehnologie avansată de inteligență artificială, sunt prezentate nu doar ca obiecte de lux, ci ca simboluri ale unei experiențe rafinate și personalizate. Combinația dintre mașini și modă reflectă perfect ideea de a îmbina funcționalitatea cu estetica, evidențiind nu doar performanța tehnologică, ci și profunzimea emoțională și tradițiile care dau sens și autenticitate fiecărei creații. Astfel, Brabus reînvie valorile umane în era tehnologică, demonstrând că, indiferent de cât de avansate devin mașinile, adevărata frumusețe se găsește în legătura dintre inovație și spiritul uman (BRABUS, n.d.; BRABUS, 2024).

2. **Jaguar Type 00 - Copy Nothing Miami:** Jaguar introduce un concept futurist în care designul mașinii este tratat ca o adevărată operă de artă. Asocierea cu moda și estetica avangardistă subliniază ideea că Jaguar Type 00 nu este doar un simplu mijloc de transport, ci un simbol al creativității și expresiei individuale. În reclama video, modelele umane sunt esențiale pentru a transmite acest mesaj. Femeile îmbrăcate în haine deosebit de colorate și neobișnuite sunt plasate în jurul mașinii, subliniind ideea de originalitate și inovație. Această alegere subliniază conexiunea între designul mașinii și moda, două domenii care împărtășesc aceeași viziune de a încuraja oamenii să se exprime liber și să își asume riscuri. Moda este aleasă în această reclamă pentru a evoca curajul de a depăși limitele convenționale și de a redefinește standardele, la fel cum face Jaguar cu modelele sale inovative. În acest sens, mașina devine nu doar un produs, ci o extensie a stilului personal și a viziunii fiecărui consumator. Mesajul „We're here to delete ordinary. To go bold. To copy nothing.” reflectă perfect această viziune, subliniind că Jaguar nu urmează tendințele existente, ci creează produse care sunt unice și inovatoare. Jaguar Type 00 nu este doar un automobil, ci o declarație de stil, performanță și rafinament. Publicitatea video, care include astfel de imagini cu modele de haine avangardiste, transformă mașina într-o piesă de artă în mișcare, aducând la viață brandul Jaguar și materializând viziunea acestuia într-un mod memorabil. Este o invitație pentru consumatori să îmbrățișeze exclusivitatea, curajul și originalitatea, atrăgându-i pe cei care doresc mai mult decât un simplu vehicul – vor o experiență unică și o identitate distinctivă (Jaguar, 2024; Jaguar, 2024; Jaguar, n.d.).

3. **HeadTurner – the new Opel Mokka:** Opel promovează o imagine modernă și urbană, iar integrarea fashion-ului și a prezenței feminine în reclama pentru Opel Mokka subliniază ideea de stil contemporan și sustenabilitate. Această alegere reflectă nu doar valorile brandului, dar și dorința de a crea o conexiune emoțională puternică cu consumatorii. Femeia din reclamă, cu stilul său distinctiv și încrederea de a se face remarcată, devine o „head-turner” – o persoană care atrage privirile și fascinează prin prezența sa. Aceasta este, de fapt, o metaforă pentru Opel Mokka, un SUV ce captează atenția și sparge tiparele convenționale ale designului auto. Publicitatea video joacă un rol esențial în amplificarea acestui mesaj. Prin imagini vizuale captivante, sunet și mișcare, reclama reînvie mașina, aducându-i un caracter aproape uman, care îndeamnă consumatorii să simtă o legătură profundă cu produsul. Emoțiile generate prin imagini dinamice sunt mult mai intense decât într-o reclamă

statică, iar impactul asupra privitorului este mult mai mare. Prezența oamenilor, în special a femeilor, în publicitatea auto are o semnificație specială, deoarece adaugă un strat de complexitate: nu este vorba doar de mașină, ci despre persoana care o conduce și despre stilul de viață pe care aceasta îl reprezintă. Femeile sunt asociate adesea cu forța de a sparge tiparele și cu încrederea de a îmbrățișa unicitatea, iar acest lucru se reflectă perfect în ideea Opel Mokka – un vehicul pentru cei care nu se tem să fie remarcați. Astfel, publicitatea video reînvie mașina și mesajul brandului într-un mod mult mai viace, creând o atmosferă care lasă o impresie memorabilă. Mesajul este nu doar despre tehnologia avansată sau designul îndrăzneț al mașinii, ci despre identitatea și viziunea pe care Opel Mokka o reflectă. Aceasta nu este doar o mașină; este o declarație de stil și curaj, iar prin utilizarea femeilor în reclame, brandul transmite ideea că oricine poate îndrăzni să fie diferit și să iasă în evidență, exact așa cum face noul Opel Mokka pe drum (Opel, 2025).

CONCLUZII

Publicitatea video s-a impus ca unul dintre cele mai puternice instrumente de marketing datorită capacității sale de a combina elemente vizuale, auditive și emoționale pentru a captiva publicul. Într-un peisaj digital în continuă schimbare, este esențial ca brandurile să fie în pas cu tendințele actuale și să adopte tehnici inovative pentru a atrage atenția consumatorilor. Alegerea unui background sau a unui element vizual care să evidențieze produsul și să creeze o conexiune emoțională puternică este crucială. Astfel, publicitatea video devine un instrument eficient în crearea unor campanii memorabile care pot influența deciziile de cumpărare și pot consolida loialitatea față de brand.

REFERINȚE:

1. BRABUS (n.d.). *Colecția 25*. <https://www.brabus.com/en-int/collection-25.html>
2. Brabus (2024, octombrie 25). *BRABUS Signature Night 2024 - THE NEXT LEVEL FASHION SHOW!.* <https://www.youtube.com/watch?v=0pkCwFUNoL4&t=174s>
3. Copymate (2024, februarie 27). *Tipuri de reclame – o revizuire a formelor publicitare și eficacitatea lor*. https://copymate.app/ro/blog/multi/tipuri-de-reclame-o-revizuire-a-formelor-publicitare-si-eficacitatea-lor/?utm_
4. Dove PH (2017, ianuarie 30). *Dove RealBeauty Is Universal*. <https://www.youtube.com/watch?v=JNYjRmNCu9o>
5. FeaturedBestVideos (2013, februarie 13). *The Hire*. <https://www.youtube.com/watch?v=IQvNgGEZwLQ>
6. Jaguar (2024, noiembrie 19). *Copy Nothing*. Jaguar | Copy Nothing
7. Jaguar (2024, decembrie 3). *Copy Nothing Miami*. Jaguar Type 00 | Copy Nothing Miami
8. Jaguar (n.d.). *Type 00*. [Online]. Disponibil la: <https://www.jaguar.com/copy-nothing/index.html>
9. Laura Chaves (2024, iulie 28). *Cele mai bune 20 de beneficii ale marketingului video*. <https://vidico.com/news/benefits-of-video-marketing/>
10. Mercedes-Benz (2019, martie 6). *Bertha Benz: The Journey That Changed Everything*. <https://www.youtube.com/watch?v=vsGrFYD5Nfs>
11. Nikolos (2020, august 1). *It's a Trap!*. <https://www.youtube.com/watch?v=OAn40128fy8>
12. Nuno Ferreira (2010, septembrie 10). *Mercedes-Benz International The Best or Nothing*. <https://www.youtube.com/watch?v=V2XksTAmFlk>
13. Opel (2025, februarie 18). *HeadTurner – the new Opel Mokka*. <https://www.youtube.com/watch?v=Wb8ySvS4zxI>
14. Ștefania (2023, august 21). *Rolul publicității în societate*. https://atrix-studio.com/rolul-publicitatii-in-societate/?utm_
15. Tyler Vandervort (VV Media) (2023, septembrie 28). *Nike Just Do It*. <https://www.youtube.com/watch?v=freRkr00otY>
16. Vidy PUB (2014, iunie 4). *Coca Cola - Open happiness*. <https://www.youtube.com/watch?v=P7ADWd9Psag>
17. Volvo Trucks (2013, noiembrie 14). *The Epic Split*. <https://www.youtube.com/watch?v=M7F1vfx5J10>
18. Webmol.md (n.d.). *Rolul și Tipurile de Publicitate*. <https://www.webmol.md/ro/blog/Ce-este-publicitatea:-%C3%AEn-cuvinte-simple-despre-o-industrie-imens%C4%83>

Coordonator științific: SAHARNEAN Liliana, asist. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: saharnean.liliana@ase.md

INFLUENCE OF MUSIC ON THE PERCEPTION OF ADVERTISING

ВЛИЯНИЕ МУЗЫКИ НА ВОСПРИЯТИЕ РЕКЛАМЫ

SUSHKOVA Anastasia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: suscova.anastasia@ase.md

Abstract: *Music is a key factor in advertising, influencing consumer emotions and brand perception. This study analyzes how different musical elements, such as performer, text and genre, affect the effectiveness of advertisements. The research includes a review of psychological theories, case studies of successful campaigns, and experimental data on consumer reactions. The findings suggest that music significantly enhances ad memorability and engagement. The results of this study are the following conclusions: Music in advertising influences perception, brand memorability and consumer decisions, especially among young people. It creates emotional associations, builds trust in the brand and stimulates consumer activity by increasing engagement.*

Keywords: *advertising, music perception, consumer behavior, branding, emotional marketing*

JEL CLASSIFICATION: M37

ВВЕДЕНИЕ

Музыка играет решающую роль в рекламных кампаниях и влияет на восприятие и поведение потребителей. Музыка может вызывать эмоции, формируя ассоциации с брендом и связность рекламы. Однако в последние десятилетия экстравагантное использование музыки в рекламе сменилось тонкими звуковыми фонами: после навязчивых мелодий 90-х невероятно усложнилось выражение через музыку. Целью данного исследования является изучение влияния музыки на восприятие рекламы.

АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ

О. К. Ефремова (2012) утверждает, что музыка в рекламе не только увеличивает восприятие, но и способствует формированию положительного имиджа компании. Музыкальное сопровождение способствует вызыванию эмоциональных ассоциаций с брендом, что делает рекламу более запоминающейся. (Ефремова, 2012). Кадулина М. подчеркивает, что правильная музыка увеличивает привлекательность рекламы, улучшая воспринимаемость бренда и способствуя большему количеству покупок. (Кадулина, 2023). По данным исследования Шахматова И., реклама с музыкальным сопровождением увеличивает запоминаемость бренда на 20%. Музыка применяется для привлечения внимания к рекламе и для усиления эмоциональной восприимчивости, что существенно увеличивает её эффективность. (Шахматов, 2024)

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Источником информации для данного онлайн-исследования стали данные, полученные автором с использованием опроса, составленного в Google Forms. Участники опроса выразили своё мнение по ряду вопросов, таких как: «Какие рекламные ролики запоминаются вам больше всего?», «Бывало ли, что вы запомнили рекламу исключительно благодаря музыке или песне в ней?» и «Рекламу какого периода вы запомнили лучше именно из-за музыкального сопровождения?».

ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В исследовании приняли участие 44 респондента в возрасте от 15 до 25 лет. Полученные данные позволяют выявить ключевые закономерности в восприятии рекламы молодёжной аудиторией.

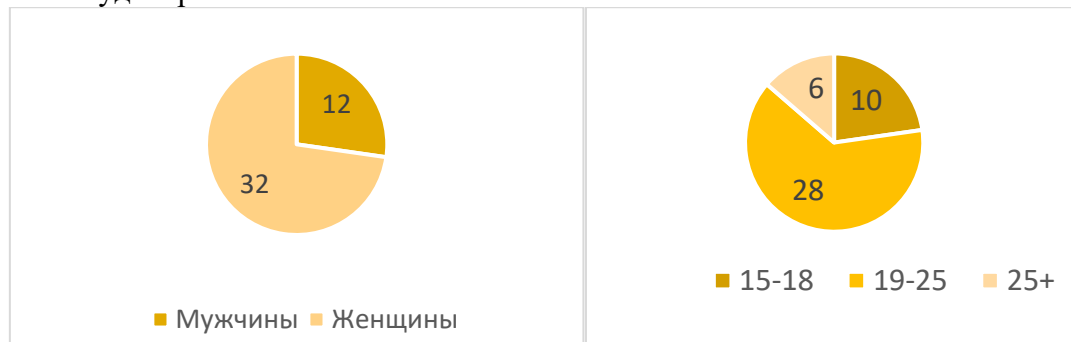


Рисунок 1. Половозрастной состав респондентов.

Источник: разработано автором

В вопросе, касающийся вида звукового сопровождения, большинство респондентов (84,1%) выбрали вариант «с песней». 11,4% опрошенных предпочли «фоновую музыку», а 4,5% — начитанный текст. Ни один из респондентов не выбрал вариант «без звука», что подтверждает важность музыкального сопровождения для восприятия рекламы.



Рисунок 2. Вид звукового сопровождения

Источник: разработано автором

90,5% респондентов сохраняют в памяти рекламные ролики, запомнившиеся благодаря музыкальному сопровождению. Этот факт подтверждает значимость звукового оформления как ключевого элемента, способствующего долговременному восприятию рекламных материалов. Эмоциональные ассоциации, возникающие при восприятии музыки, могут оказывать влияние на выбор, предрасполагая их к выбору знакомых брендов, даже при наличии альтернатив с более высокими рейтингами и отзывами.

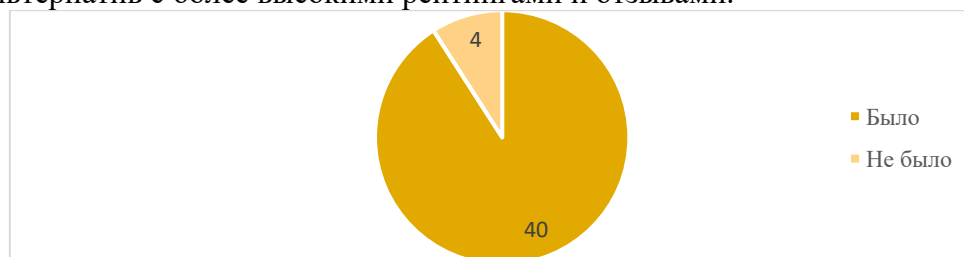


Рисунок 3. Влияние звукового сопровождения на запоминание рекламы

Источник: разработано автором

При сравнении запоминаемости рекламы 90-х с яркими песнями и образами и современных реклам с лёгкими мотивами и начитанным текстом, результат оказался в пользу последних: 61,4% респондентов выбрали современные рекламные ролики. Это вполне

объяснимо, поскольку опрос проводился среди людей, родившихся в основном в начале 2000-х годов, которые не имели опыта восприятия рекламы с яркими песнями, которые были популярны в 90-е. Таким образом, выбор современных рекламных форм можно считать закономерным для этой аудитории.

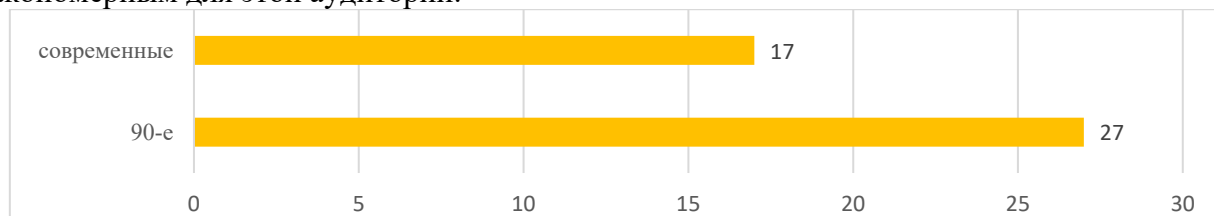


Рисунок 4. Сравнение запоминаемости рекламы 90-х и современных роликов

Источник: разработано автором

19 из 42 опрошенных респондентов смогли назвать рекламные ролики, которые они запомнили благодаря звуковому сопровождению. Некоторые участники указали несколько вариантов, что свидетельствует о значительном влиянии музыкального оформления на восприятие рекламы. Музыка из рекламы Coca-Cola упоминалась трижды. Фирменная песня бренда ассоциируется не только с самим продуктом, но и с праздником, что делает её популярной на новогодних вечеринках. Она стала неотъемлемой частью культурных ассоциаций, укрепив образ: «Coca-Cola = праздник». Также были упомянуты другие бренды, такие как Jacobs, Maybelline, Tefal, Pantene, Glovo, Tantum Verde Forte, Aliexpress, Merci, Orange, Clash of Clans, McDonald's, Raffaello, Palmolive и Золотая Чаша. В ряде случаев упоминались известные личности, участвовавшие в этих рекламных кампаниях, такие как Николай Басков, Carla's Dreams, Ольга Бузова и Максим Галкин. Музыкальное сопровождение не только передаёт настроение, но и акцентирует внимание на ценности товара или услуги.

Один из опрошенных дал очень честный отзыв: «Я обычно вообще не смотрю рекламу, если и запоминаю, то ту, которая раздражает (как 1xBet, например), но один раз играла музыка в рекламе, ну прям очень хорошая, это была реклама пива. Всё что мне понравилось — это музыка и я даже перешла по ссылке, чтобы найти эту музыку». Этот отзыв показывает, что музыка в рекламе может быть решающим фактором для потребителей, и иногда именно она становится основным элементом, который привлекает внимание. В таком случае музыка может создать трафик на сайт, но реальными покупателями окажется лишь небольшая часть этих людей, в то время как остальные просто заинтересуются рекламой, не имея намерения приобрести товар. Поэтому важно не переусердствовать с акцентом на музыку, чтобы не создать ложные ожидания.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Суммируя результаты проведённого исследования, можно утверждать, что поколение, которое в настоящее время начинает активно участвовать в потребительской деятельности, демонстрирует высокую восприимчивость к музыкальному сопровождению в рекламе. Правильный выбор музыкального оформления, будь то классическая композиция или специально написанная для рекламы песня, может существенно повысить узнаваемость бренда и лояльность к нему. Однако, важно соблюдать баланс, поскольку чрезмерная привлекательность рекламного ролика может привлечь внимание не только целевой аудитории, но и тех, кто, несмотря на заинтересованность, не является потенциальным покупателем продукции, что может привести к искажению данных о реальной эффективности рекламной кампании.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Ефремова, О. (2012). *К вопросу о роли музыки в рекламных сообщениях*. Cyberleninka. <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-rol-i-muzyki-v-reklamnyh-soobscheniyah/viewer>

2. Кадулина, М. (2023). *Роль музыки в рекламе*. <https://infourok.ru/issledovatelskaya-rabota-rol-muzyki-v-reklame-6399837>.
3. Шахматов, И. (2024). *Роль музыкального сопровождения и звукового дизайна в создании эффективных рекламных роликов*. Universum. <https://7universum.com/ru/economy/archive/item/18219>

Coordonator științific: MITNICAIA Lidia, dr., prof. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: lidia.mitnitcaia@ase.md

FEATURES OF PROMOTING TOURIST SERVICES ON THE MARKET OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

ȚURCAN Ecaterina, studentă, specialitatea: Servicii Hoteliere, Turism și Agrement
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: turcan.ecaterina@ase.md

Abstract: The article analyzes the features of promoting tourism services in the market of the Republic of Moldova. The tourism sector in Moldova faces various problems, at the same time, the Republic of Moldova has significant potential for the development of cultural, wine and ecotourism, which can contribute to the economic growth of the country and enhance its international image. The article provides a comparative analysis of the marketing methods used in promoting tourism services. Recommendations for improving marketing strategies and increasing the effectiveness of advertising activities are also presented.

Key words: tourism promotion, Republic of Moldova, digital marketing, cultural tourism, wine tourism, marketing strategies, tourist market.

JEL CLASSIFICATION: L83, M31, Z32

ВВЕДЕНИЕ

Индустрия туризма сегодня активно развивается, как в нашей стране, так и за рубежом. Спрос на туристические услуги растет среди всех категорий граждан. В Молдове в 2023 г., туристические агентства и туроператоры оказали туристические услуги 503,7 тыс. человек, что на 5,6% больше, чем в 2022 г.

Большую часть туристического рынка занимает выездной туризм – 74,4% от общего числа поездок. На въездной туризм приходится 11,3%, а на внутренний – 14,3%.

В Молдове функционируют более 75 туристических агентств. Таким образом, рынок туристических услуг развивается в условиях жесткой конкуренции, нестабильной внешней среды, резких колебаний спроса на услуги и длинным циклом сделки.

Вследствие того, что туристические услуги неосязаемые, время покупки и время потребления имеют длинный временной лаг, туристической компании необходимо уделять большое внимание продвижению для эффективной деятельности на рынке туризма. Как правило, туристические услуги, в основном, предлагаются компаниями малого бизнеса, что говорит о небольших бюджетах на продвижение.

Целью данной статьи является анализ особенностей продвижения туристических услуг на рынке Республики Молдова, выявление эффективных методов маркетинга и рекомендаций по улучшению стратегии продвижения, учитывающих специфику страны и поведение целевой аудитории.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

1. Краткий анализ библиографических источников

Вопросы продвижения туристических услуг актуальны как на международном, так и на национальном уровне. Согласно исследованию Балана И., Жигаревой Е. и Кротенко И. «Инновационные политики развития международного туризма в контексте европейской интеграции республики Молдова» (2022), процесс интеграции Республики Молдова в

европейское пространство создает новые возможности для развития туризма. Внедрение инновационных политик, направленных на привлечение иностранных туристов и развитие местного туристского потенциала, рассматривается как важный шаг для повышения конкурентоспособности на международном рынке. Авторы также отмечают ряд вызовов: недостаточное финансирование маркетинговых кампаний, слабая координация между государственными и частными структурами и ограниченные цифровые ресурсы.

В работе «Особенности продвижения туристского продукта.» А. А. Кулёмина рассматривает техники продвижения. Далее рассматриваются рекламные кампании по продвижению экскурсионного тура.

В курсе лекций Е.Райлян и Савчук О. «Техники продвижения: Курс лекций» рассматриваются темы: директ-маркетинг, наружная реклама, стимулирование сбыта, личные продажи и многие другие. По данной книге у нас проходил курс лекций, все темы были изучены. Некоторые из вопросов применены в данной статье.

Сайт «Moldova, o destinație tot mai atractivă pentru turiștii străini» в новостях про рост иностранных туристов « отражает процентное соотношение иностранных туристов на территории РМ, показывает места, которые пользуются спросом, данна статистика в сравнение с предыдущими годами.

2. Описание использованных методов исследования

Чтобы выявить особенности техник продвижения, используемых в туристических компаниях Молдовы, было проведено кабинетное исследование на базе анализа веб-страниц и страниц в социальных сетях туристических агентств и интернет-продвижения в сети. Были изучены сайты компаний: **Zebra-Tur, Panda-Tur, Admiral-Tur, Поехали с нами, Join Up.**

3. Полученные результаты

Изучение сайтов и страниц в социальных сетях туристических компаний показало особенности использования туристическими компаниями различных техник продвижения для информирования, привлечения и убеждения потребителей (Таб.1).

Таблица 1. Анализ элементов комплекса продвижения

	Реклама	Связи с общественностью	Личные продажи	Стимулирование сбыта	Прямой маркетинг
Zebra-Tur	+	-	+	-	+
Panda-Tur	+	+	+	+	+
Admiral-Tur	-	+	+	+	+
Поехали с нами	-	-	-	+	+
Join Up	+	+	+	+	+

Источник: разработано автором на основе данных (Zebratur, б.г.; Pandatur, б.г.; Admiral Travel, б.г.; Poehali S Nami, б.г.; JoinUP, б.г.)

Анализ показал, что продвижение туристических услуг на рынке Республики Молдова растет по данным со страницы новостей о туризме. Основное внимание уделяется привлечению туристов, заинтересованных в традициях и винодельческих регионах Молдовы. В 2023 году количество туристов увеличилось более чем на 50%, а основной поток приезжает из Украины (38%), Румынии (20%), США (6%) и Израиля (3%).

Туристические компании Молдовы успешно используют инструменты **директ-маркетинга**, такие как социальные сети, телемаркетинг, Web-страницы.

Результаты исследования показали, что все туристические агентства Молдовы используют **социальные сети** для продвижения услуг своих компаний. Популярность социальных сетей объясняется их популярностью среди пользователей и доступной стоимостью. **Web-страницы** имеют лишь средние и крупные рекламные агентства, такие как Zebra-Tur, Panda-Tur, Admiral-Tur и др.

Туристические агентства для продвижения в Молдове туристических услуг мало используют телевидение и радио. **Наружная реклама** используется, в основном, для оформления офисов туристических агентств в виде панно, вывесок и стендов.

Стимулирование сбыта активно используется, чтобы активизировать спрос в период не сезона или при продаже горячих туров. Большое значение туристические компании придают **личным продажам**, постоянно обучая и мотивируя своих сотрудников.

Участие в выставках и ярмарках становится очень популярным инструментом продвижения на рынке туристических услуг. Ежегодное число компаний, принявших участие в туристических выставках постоянно увеличивается. На выставках компании используют печатную рекламу в виде листовок и буклетов с предложениями компаний.

Public Relations не достаточно используется туристическими агентствами, что можно объяснить высокой стоимостью использования этой техники и ее долговременным эффектом.

Среди методов продвижения можно выделить: участие в туристических выставках, использование социальных сетей и создание уникальных туристических предложений, ориентированных на определенную аудиторию.

Однако, при применении интернет-ресурсов для продвижения туристического продукта понадобится применение комплексного подхода, включающего стратегическое планирование, анализ целевой аудитории, использование современных инструментов digital-маркетинга, таких как SEO, контент-маркетинг и реклама через лидеров мнений.

Digital-маркетинг - совокупность маркетинговых стратегий и тактик, направленных на продвижение товаров, услуг или брендов с использованием цифровых технологий и интернет-платформ.

- SEO (поисковая оптимизация) Оптимизация сайтов туристических агентств и государственных порталов для улучшения видимости в поисковых системах (Google, Bing). Использование ключевых слов, создание качественного контента, техническая оптимизация. Пример: SEO-оптимизация сайта о винном туризме в Молдове, чтобы он появлялся в топе поисковых запросов.

- Контент-маркетинг Создание полезного и интересного контента: статьи в блогах, видеоматериалы, путеводители, фотогалереи. Оптимизация контента под целевую аудиторию и использование ключевых слов для привлечения органического трафика. Пример: Публикация статей о культурных фестивалях в Молдове на туристических порталах и блогах.

- Социальные сети (SMM) Использование платформ, таких как Instagram, Facebook, TikTok и YouTube, для продвижения туристических объектов, общения с аудиторией, публикаций контента (фото, видео) и создания интерактивных кампаний. Пример: Создание серии видеороликов о винных турах Молдовы с участием местных виноделов и туристов.

Таким образом, туристические агентства Молдовы используют маркетинговые коммуникации, которые принято делить на две группы:

- **ATL (above the line)** – это реклама, осуществляемая с помощью традиционных СМИ, ТВ, радио, а также наружная и полиграфическая реклама.

- **BTL (below the line)** – все остальные мероприятия. Это в первую очередь – стимулирование сбыта, прямой маркетинг, мерчандайзинг, event маркетинг, выставки, фестивали, юбилеи и т. п.

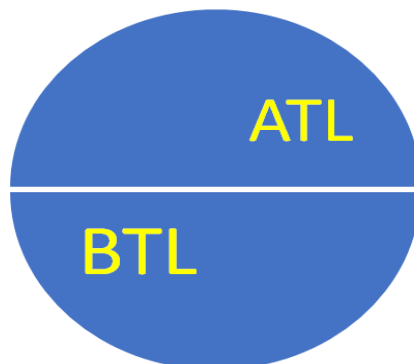


Рисунок 1. Виды маркетинговых коммуникаций

Источник: (Райлян, Савчук, 2022)

Так, анализ особенностей продвижения в туристическом секторе Молдовы, позволяет констатировать, что агентства подходят к продвижению комплексно, используя интегрированные маркетинговые коммуникации, делая больший акцент на коммуникацию в электронной среде и меньше на PR.

ВЫВОДЫ/РЕКОМЕНДАЦИИ

Для повышения эффективности продвижения туристических услуг на рынке РМ рекомендуется:

- **Использовать современные маркетинговые инструменты:** SEO, контент-маркетинг, таргетированную рекламу и работу с лидерами мнений для привлечения молодежи и иностранных туристов.
- **Повышать квалификацию кадров и их мотивацию:** организовать тренинги, WORKSHOPы, семинары по современным методам digital-маркетинга и продвижению туристических продуктов и так далее.
- **Расширить целевые рынки:** активнее сотрудничать с международными туристическими агентствами и платформами для выхода на рынки ЕС и других стран.
- **Репутация компании:** участвовать в конкурсах, семинарах и разных встречах, участвовать в туристических выставках и не только.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Балан, И., Жигарева, Е. и Кротенко, И. (б.г.). *Инновационные политики развития международного туризма в контексте европейской интеграции республики Молдова*.
<https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#inbox/FMfcgzQZTgSXKCDtzCFLnhfXqzkhqwJM?projector=1&messagePartId=0.2>
2. Кулёмина, А.А. (б.г.). *Особенности продвижения туристского продукта*.
<https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#inbox/FMfcgzQZTgSXKCDtzCFLnhfXqzkhqwJM?projector=1&messagePartId=0.2>
3. Райлян, Е. & Савчук, О. (2022). *Техники продвижения: Курс лекций*. Кишинев: ASEM
4. Noi.md (n.d.). *Moldova - o destinație tot mai atractivă pentru turiștii străini*. <https://noi.md/md/societate/moldova-o-destinatie-tot-mai-atractiva-pentru-turistii-straini>
5. Zebratur (б.г.). <https://zebratur.md/>
6. Pandatur (б.г.). <https://pandatur.md/ru>
7. Admiral Travel (б.г.) <https://admiral.travel/ru>
8. Poehali S Nami (б.г.). <https://www.poehalisnami.md/>
9. JoinUP (б.г.). <https://joinup.ua/uk/>

Coordonator științific: RAILEAN Elena, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: railean.elena@lib.ase.md

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING CONTENT CREATION. BENEFITS AND RISKS

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ÎN CREAREA CONȚINUTULUI DE MARKETING. BENEFICII ȘI RISCURI

¹ FĂRÎMĂ Adelina, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

e-mail autor: farima.adelina@ase.md

² REPETUH Elena, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

e-mail autor: repetuh.elena@ase.md

^{1,2} Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Abstract: In the wake of the Covid-19 pandemic, the way it revolutionized technology has created many opportunities. Content marketing has become a vital component of marketing strategies, and artificial intelligence offers powerful tools to optimize this process. AI is a transformative force in modern marketing, is revolutionizing the way businesses interact with their audiences, providing powerful tools for personalizing content, automating processes and optimizing marketing campaigns. While artificial intelligence has many benefits, there are also risks. In this case, all benefits and risks need to be identified in order to anticipate the long-term impact of artificial intelligence on marketing strategies and consumer interaction. In this way, we can build an ethical and efficient framework for the use of artificial intelligence, maximizing the benefits and minimizing the potential risks.

Key Words: artificial intelligence, content, marketing, automatization, marketing strategies

JEL CLASSIFICATION: M0, M3

INTRODUCERE

În ultimii ani, social media și tehnologia inteligentă, cu avansarea inteligenței artificiale, au devenit tot mai **omniprezente în viețile noastre**. În acest context, marketingul de conținut a cunoscut tot mai multe oportunități și riscuri. „Marketingul de conținut se referă la strategiile de marketing executate prin crearea și difuzarea de conținut valoros pentru a atrage și păstra publicul țintă.” (Shang-Fang H.; Shyhnian L, 2021) Asociația Americană de Marketing mai vine cu o descriere a acestui concept: „Marketingul de conținut constă în crearea și distribuirea strategică de conținut valoros și relevant, menit să atragă și să implice publicul țintă. Spre deosebire de publicitatea tradițională, care transmite un mesaj către consumatori, marketingul de conținut îi atrage prin oferirea a ceva ce aceștia consideră cu adevărat util.” (American Marketing Association, 2024)

Inteligența artificială în content marketing este importantă, deoarece „implementarea instrumentelor IA în cadrul întreprinderilor nu numai că economisește timp, dar permite și alocarea de resurse pentru alte aspecte esențiale ale marketingului digital. Inteligența artificială are ca fundament anii 1950, când Alan Turing a propus Testul Turing, un standard inovator pentru a determina inteligența mașinilor prin capacitatea lor de a simula conversații umane, în timp ce Claude Shannon a pus bazele aplicațiilor viitoare ale inteligenței artificiale prin lucrările sale despre programarea computerelor pentru șah, iar George Devol a revoluționat industria manufacturieră prin inventarea primului robot industrial, Unimate, care a început să lucreze pe liniile de asamblare (Rhodes, 2025). O a doua etapă a evoluției inteligenței artificiale au fost anii 1960, când Joseph Weizenbaum a creat ELIZA, un program inovator de procesare a limbajului natural, capabil să simuleze conver-

sația umană, deschizând noi orizonturi în interacțiunea om-mașină. Tot în acest deceniu, robotica a făcut pași importanți, cu proiecte precum WABOT-1, primul robot antropomorf din Japonia, care a demonstrat capacitatea de a realiza interacțiuni de bază, consolidând astfel bazele pentru dezvoltările viitoare în domeniul inteligenței artificiale. În următorul deceniu, evoluția roboticii a atins un nou nivel odată cu proiectul WABOT-2, un robot capabil să comunice și să îndeplinească sarcini complexe precum cântatul la muzică, în paralel cu dezvoltarea sistemelor expert, care au devenit un punct central al cercetării în inteligența artificială, permițând mașinilor să ia decizii autonome în domenii specializate (Rhodes, 2025). A patra etapă este anii 1980, unde sistemele expert de învățare automată au cunoscut o creștere semnificativă, organizațiile de afaceri adoptând tot mai mult aceste tehnologii pentru a-și optimiza procesele, în timp ce cercetarea în inteligența artificială a avansat rapid, ducând la dezvoltarea unor algoritmi mai avansați și la extinderea aplicațiilor IA în diverse sectoare (Rhodes, 2025). Etapa a cincea se caracterizează prin apariția agenților inteligenți, sisteme capabile să perceapă mediul înconjurător și să reacționeze autonom. Tot în acești ani, a avut loc victoria computerului Deep Blue de la IBM împotriva campionului mondial la șah Garry Kasparov în 1997, demonstrând capacitatea inteligenței artificiale de a lua decizii complexe în situații reale (Rhodes, 2025). Începutul secolului XXI a facilitat crearea unor sisteme IA complexe, iar inovații remarcabile precum robotul Kismet, capabil să recunoască emoții, și proiectul mașinii autonome Google, au început să contureze viitorul inteligenței artificiale. În deceniul 2010, inteligența artificială a pătruns în mainstream, marcând o eră de descoperiri semnificative, precum succesul mașinii autonome Google, care a trecut testul pentru vehicule autonome în Nevada în 2014, și o creștere exponențială a pieței IA, care a atins peste 35 de miliarde de dolari în investiții până în 2019. Alte realizări notabile includ lansarea asistenților virtuali Siri (2011) și Alexa (2014) și performanța remarcabilă a AlphaGo de la Google DeepMind, care a învins campionii umani la jocul Go, demonstrând capacitatea inteligenței artificiale de a depăși performanța umană în domenii complexe. Cele mai importante progrese au avut loc în anii 2022-2025. În primul rând, s-a continuat dezvoltarea rețelelor neuronale, cu capacități tot mai avansate de recunoaștere a imaginilor și de procesare a datelor complexe, după modelul inițiat de Google în 2012. În al doilea rând, a avut loc apariția unor roboți umanoizi tot mai sofisticăți, precum Sophia, capabili de interacțiuni umane complexe, deschizând noi posibilități în domenii precum asistența socială și servicii. Mai mult de atât, au avut loc optimizarea afacerilor și a asistenței medicale, personalizarea experienței de consum și dependența crescândă de IA pentru măsuri de securitate cibernetică și aplicații de aplicare a legii (Rhodes, 2025).

Scopul cercetării este: analiza beneficiilor și riscurilor inteligenței artificiale în crearea conținutului de marketing. Cercetarea dată are următoarele obiective:

- Identificarea beneficiilor inteligenței artificiale în marketing;
- Stabilirea impactului inteligenței artificiale asupra marketingului;
- Studiarea provocărilor inteligenței artificiale în marketing;
- Evaluarea impactului asupra confidențialității consumatorilor prin implementarea AI în marketing;
- Identificarea provocărilor legate de uniformizarea conținutului generat de IA.

Pentru această cercetare, se va avea nevoie de surse primare de informații colectate în mod direct, prin intermediul a unui chestionar online cu scopul de a colecta date de la un eșantion reprezentativ de persoane care lucrează în domeniul marketingului. Prin urmare, se va analiza datele în mod statistic, pe un eșantion de 100 persoane.

CONȚINUT

Inteligența artificială avansează zi de zi, astfel devenind un instrument în marketingul digital, oferind soluții inovatoare pentru automatizarea proceselor, personalizarea conținutului și optimizarea strategiilor de comunicare. Progresele recente în procesarea limbajului natural (NLP) și

Învățarea automată au permis dezvoltarea unor algoritmi mai performanți, capabili să analizeze volume mari de date și să genereze conținut adaptat preferințelor utilizatorilor. De exemplu, integrarea modelelor avansate de inteligență artificială, precum GPT-4 și DALL·E 3, a revoluționat modul în care brandurile creează și distribuie materiale promoționale, reducând timpul de producție și sporind relevanța mesajelor (OpenAI, 2024). În același timp, platformele de publicitate bazate pe IA, cum ar fi Google Performance Max și Meta Advantage+, permit optimizarea automată a campaniilor publicitare, ajustând în timp real strategiile de targetare și alocarea bugetului (Google, 2024). Totuși, pe lângă aceste beneficii, se întâlnesc în continuare riscuri și provocări, cum ar fi uniformizarea conținutului, scăderea autenticității mesajelor și probleme legate de protecția datelor personale, aspecte aflate în centrul dezbaterilor privind etica utilizării inteligenței artificiale în marketing (European Data Protection Board, 2024).

Pentru a evalua impactul real al inteligenței artificiale asupra marketingului de conținut, am realizat un studiu bazat pe un sondaj aplicat unui eșantion de 100 de profesioniști din domeniu, incluzând specialiști din agenții de marketing, freelanceri și angajați din departamentele de marketing ale diverselor companii. Acest sondaj explorează perspectivele celor care lucrează direct cu strategii de marketing, analizând beneficiile percepute ale IA, provocările întâmpinate în procesul de implementare și implicațiile etice ale utilizării acestei tehnologii. Rezultatele cercetării, prezentate în continuare, oferă o imagine clară asupra modului în care diferite categorii de profesioniști integrează IA în activitatea lor și asupra principalelor dificultăți cu care se confruntă.

Conform datelor colectate, toți cei 100 de respondenți au declarat că utilizează zilnic soluții bazate pe inteligență artificială în activitățile lor de marketing. Acest aspect subliniază integrarea profundă a tehnologiilor IA în procesele de analiză a datelor, automatizare a conținutului și personalizare a interacțiunilor cu consumatorii, evidențiind astfel rolul esențial al acestor soluții în optimizarea performanței campaniilor de marketing.

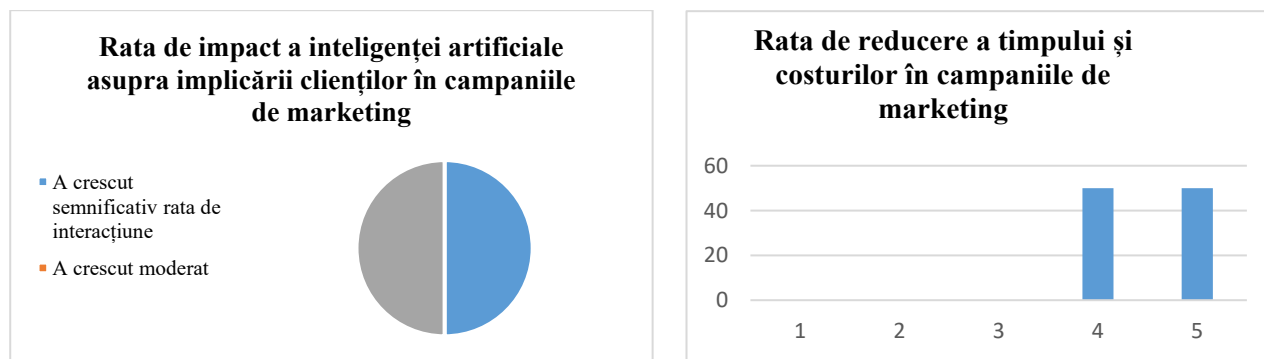


Figura 1. Rata de impact a inteligenței artificiale asupra implicării clienților în campaniile de marketing și rata de reducere a timpului și costurilor în campaniile de marketing

Sursa: elaborat de autor

Rezultatele cercetării au evidențiat un impact semnificativ al inteligenței artificiale asupra implicării clienților în campaniile de marketing. Conform răspunsurilor obținute, rata de interacțiune a utilizatorilor a crescut cu 50%, ceea ce indică o îmbunătățire considerabilă a personalizării experienței clienților și a interacțiunilor acestora cu brandurile. Totuși, 50% dintre respondenți au menționat că nu au observat un impact vizibil asupra implicării clienților, ceea ce sugerează că efectele implementării IA pot varia în funcție de sectorul de activitate și de strategia de marketing adoptată.

În ceea ce privește reducerea timpului și a costurilor, utilizarea inteligenței artificiale a avut un impact pozitiv semnificativ. Rata de reducere a timpului și costurilor a fost evaluată la un nivel de 4/5, conform unui scor mediu acordat de respondenți pe o scală de la 1 la 5. Acest rezultat subliniază eficientizarea proceselor și optimizarea bugetelor alocate campaniilor de marketing. În plus, din răspunsurile obținute prin întrebările deschise, s-a constatat că majoritatea respondenților cheltuiesc între 20 și 40 de euro pe lună pentru utilizarea soluțiilor bazate pe inteligență artificială, ceea

ce reflectă o alocare relativ modestă de resurse financiare, dar cu un impact notabil asupra eficienței proceselor de marketing.

Provocările întâmpinate în utilizarea inteligenței artificiale în marketing sunt diverse și variază în funcție de nivelul de implementare și de specificul fiecărei organizații. Analizând răspunsurile obținute, s-au identificat următoarele dificultăți majore: 24,2% dintre respondenți au semnalat lipsa de expertiză internă ca un factor semnificativ, iar 21,3% au evidențiat probleme legate de confidențialitatea și etica datelor, ceea ce poate ridica bariere în adoptarea completă a tehnologiilor AI. De asemenea, 30% dintre respondenți au subliniat dificultățile în integrarea eficientă a AI cu platformele de marketing deja existente, acest lucru fiind un obstacol frecvent întâlnit în cadrul organizațiilor care încearcă să adapteze noile tehnologii la structuri deja formate.

În ceea ce privește abordările pentru soluționarea acestor provocări, unele companii au întâmpinat eșecuri în formularea textelor generate de AI, care uneori au fost similare cu cele ale altor companii, ceea ce a dus la un conținut mai puțin original. În cazurile de eșecuri, multe dintre acestea au fost remediate prin intervenție manuală, iar brainstorming-ul în echipe a devenit o metodă folosită pentru a găsi soluții eficiente. De asemenea, 24,5% dintre respondenți au menționat că nu au întâmpinat probleme semnificative, ceea ce sugerează că, în ciuda dificultăților, majoritatea organizațiilor sunt capabile să depășească aceste provocări prin soluții ad-hoc și ajustări la nivel operațional.

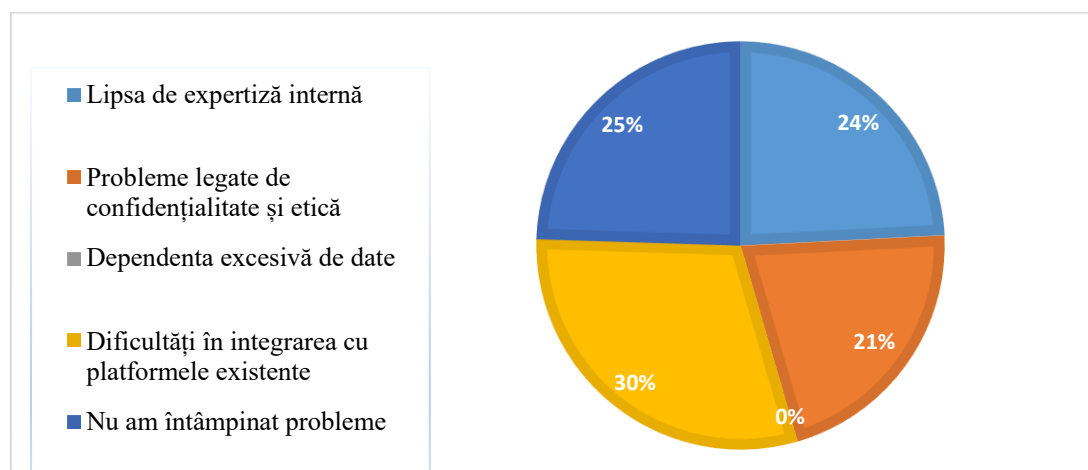


Figura 2. Provocările întâmpinate în utilizarea inteligenței artificiale în marketing

Sursa: elaborat de autor

În ceea ce privește respectarea reglementărilor privind protecția datelor în utilizarea inteligenței artificiale, răspunsurile obținute au fost echilibrate. 50% dintre respondenți au declarat că au întâmpinat probleme legate de respectarea reglementărilor, în timp ce cealaltă jumătate nu a raportat dificultăți semnificative în acest sens. Pentru cei care au semnalat provocări, au implicat revizuirea și adaptarea strategiilor de marketing, precum și actualizarea politicilor de etică, pentru a se asigura că utilizarea datelor personale respectă reglementările în vigoare. De asemenea, mulți respondenți consideră că acest subiect trebuie să fie mai explorat în viitor, întrucât protecția datelor și etica utilizării acestora în marketing sunt în continuă dezvoltare. Astfel, multe companii au nevoie să revizuiască constant aceste aspecte pentru a rămâne conforme cu noile reglementări și a răspunde preocupărilor legate de confidențialitatea și securitatea datelor utilizatorilor.

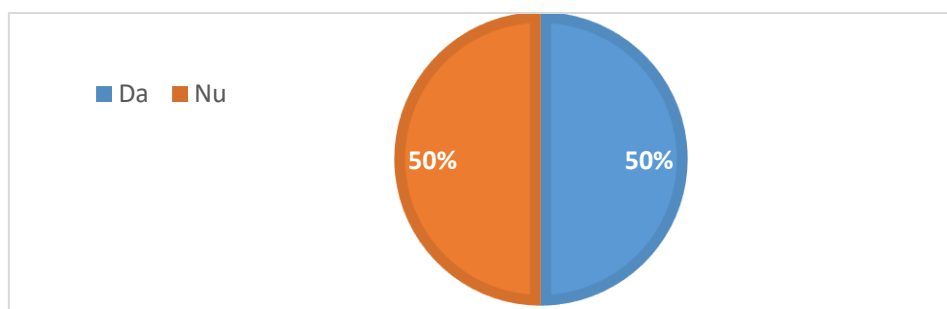


Figura 3. Rata respectării reglementărilor privind protecția datelor în utilizarea inteligenței artificiale

Sursa: elaborat de autor

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În concluzie, implementarea inteligenței artificiale în marketing a adus atât beneficii semnificative, cât și provocări pentru companiile din domeniu. Pe de o parte, AI a contribuit la îmbunătățirea interacțiunii și personalizării experienței utilizatorilor, ceea ce a condus la o creștere semnificativă a ratei de implicare. Pe de altă parte, integrarea eficientă a tehnologiilor AI și respectarea reglementărilor privind protecția datelor au constituit provocări semnificative pentru unele organizații, care au fost nevoite să ajusteze politicile de etică și să revizuiască strategiile de utilizare a datelor personale.

Pentru a sprijini implementarea cu succes a AI în marketing, trebuie întreprinse mai multe acțiuni ca:

1. **Investirea în formarea personalului:** Este esențial ca angajații să fie instruiți în utilizarea eficientă a soluțiilor bazate pe AI, pentru a depăși lipsa de expertiză internă, care reprezintă o provocare pentru multe companii.

2. **Revizuirea constantă a politicilor de etică și confidențialitate:** Companiile trebuie să adapteze strategiile de marketing și politicile interne, asigurându-se că respectă reglementările privind protecția datelor și etica utilizării acestora.

3. **Implementarea unor măsuri de securitate a datelor:** Protecția datelor sensibile ale utilizatorilor trebuie să fie o prioritate continuă, având în vedere reglementările strict aplicate.

4. **Adaptarea la reglementările locale și internaționale:** Având în vedere faptul că tehnologiile AI sunt în continuă dezvoltare, este important ca organizațiile să fie la curent cu legislațiile emergente și să își adapteze practicile în consecință.

În Republica Moldova, reglementările privind protecția datelor și utilizarea acestora în marketing se axează pe următoarele cadre legale:

1. **Legea nr. 133/2011 privind protecția datelor cu caracter personal:** Aceasta reglementează colectarea, prelucrarea și stocarea datelor personale ale cetățenilor moldoveni, asigurându-se că acestea sunt protejate conform standardelor internaționale.

2. **Regulamentul General privind Protecția Datelor (GDPR) al Uniunii Europene:** Deși nu face parte direct din legislația națională a Moldovei, GDPR influențează multe companii care operează în Republica Moldova sau care au legături comerciale cu Uniunea Europeană, stabilind norme stricte privind protecția datelor personale.

3. **Legea privind comerțul electronic și protecția consumatorilor:** Aceasta reglementează activitățile de marketing online și comerțul electronic, incluzând protecția datelor consumatorilor în procesul de marketing digital.

În concluzie, pentru a asigura succesul implementării soluțiilor bazate pe inteligență artificială în marketing, companiile trebuie să acorde o atenție deosebită conformității cu reglementările existente și să investească în formarea personalului, asigurându-se că datele personale sunt utilizate într-un mod responsabil și conform legii.

REFERINȚE:

1. American Marketing Association (2024). *What is content marketing?* <https://www.ama.org/marketing-news/what-is-content-marketing/>
2. European Data Protection Board (n.d.). <https://edpb.europa.eu>
3. LEGE Nr. 133 din 08-07-2011 privind protecția datelor cu caracter personal
4. LEGE Nr. 284 din 22-07-2004 privind serviciile societății informaționale
5. OpenAI (2024). *Referitor la progresele recente în procesarea limbajului natural și utilizarea modelelor avansate de inteligență artificială, precum GPT-4 și DALL·E 3.* <https://www.techradar.com/news/live/openai-march-25-livestream-event>
6. Rhodes, J. (2025). *The Future of AI/ML: Trends Every C-level Executive Should Know.* <https://www.netcomlearning.com/blog/the-future-of-ai-trends-every-c-level-executive-should-know>
7. Shang-Fang, H., Shyhnan L. (2021). *Artificial Intelligence Impact on Digital Content Marketing Research.* <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9680666>

Coordonator științific: JOMIR Eudochia, drd., asist. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: eudochia.jomir@ase.md

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND CONTENT MARKETING. AI-GENERATED CONTENT VS. HUMAN AUTHENTICITY

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ȘI CONTENT MARKETING. GENERARE AUTOMATĂ DE CONȚINUT VERSUS AUTENTICITATEA UMANĂ

¹ IPATI Valeria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

e-mail autor: ipati.valeria@ase.md

² SAVCIUC Maria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

e-mail autor: savciuc.maria@ase.md

^{1,2} Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Abstract: This article examines the role of Artificial Intelligence in content marketing, focusing on the comparison between AI-generated content and human-created content. It explores how AI is transforming content creation processes, offering efficiency and innovation, while also addressing consumer concerns about authenticity and emotional connection. Through a survey, the study evaluates consumer preferences and highlights the importance of maintaining brand authenticity in an increasingly automated digital landscape.

Key words: Artificial Intelligence, Content Marketing, AI-Generated Content, Human-Generated Content, Consumer Perception,

JEL CLASSIFICATION: M310, O33

INTRODUCERE

În ultimii ani, se înregistrează o dezvoltare accelerată și remarcabilă a inteligenței artificiale, care devine din ce în ce mai prezentă în viața noastră de zi cu zi. Treptat, această tehnologie inovatoare pătrunde în toate domeniile profesionale, influențând modul în care lucrăm și interacționăm. De la sănătate și educație, până la finanțe și transport, aplicațiile inteligenței artificiale transformă procesele și îmbunătățesc eficiența, deschizând noi oportunități pentru inovație și progres. Totodată, se observă o creștere considerabilă a utilizării tehnologiilor de inteligență artificială în domeniul creării de conținut, ceea ce transformă modul în care sunt produse și distribuite informațiile. Această tendință subliniază importanța adaptării la noile instrumente digitale și la inovațiile emergente care influențează piața de conținut.

Scopul acestei lucrări este de a evalua, într-o manieră detaliată, eficiența conținutului creat de inteligența artificială, comparativ cu cel creat de specialiștii din domeniu. Această evaluare va fi realizată prin prisma preferințelor consumatorilor, având în vedere modul în care aceștia percep și reacționează la cele două tipuri de conținut. Analizând diferențele de percepție și apreciere, ne propunem să identificăm care dintre cele două surse de creație rezonază mai bine cu așteptările și dorințele audienței. **Obiectivele** cercetării vizează explorarea utilizării inteligenței artificiale, analiza reacțiilor publicului față de cele două tipuri de conținut, precum și identificarea modalităților de a păstra autenticitatea brandului într-un mediu digital automatizat. **Metodele de cercetare** utilizate în această lucrare au facilitat obținerea de date veridice, relevante și aplicabile, prin intermediul unei cercetări directe. Am folosit un chestionar ca instrument, incluzând întrebări referitoare la utilizarea inteligenței artificiale în marketingul de conținut, comparând generarea automată de conținut cu autenticitatea umană.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Perioada în care era necesară crearea manuală a conținutului pentru a relatea o poveste a apus. Inteligența artificială a introdus nu doar eficiență, ci și o nouă formă de creativitate în acest proces care devine din ce în ce mai complex. Algoritmii de Procesare a Limbajului Natural (NLP) permit inteligenței artificiale să genereze conținut de înaltă calitate, indiferent dacă este vorba despre articole informative, descrieri detaliate de produse sau postări atractive pe rețelele sociale. Instrumente avansate precum GPT-4 sunt capabile să redacteze texte care sunt extrem de asemănătoare cu cele umane, oferind astfel un avantaj semnificativ creatorilor de conținut, care pot economisi timp și pot explora noi dimensiuni ale expresivității lor artistice. Această revoluție în domeniul generării de conținut deschide uși către noi oportunități și modalități inovatoare de comunicare (GlobalSync, 2024). În scopul evaluării, am realizat un studiu detaliat utilizând platforma Google Forms, unde am elaborat un chestionar structurat. Acest chestionar a fost conceput pentru a fi anonim, garantând astfel confidențialitatea respondenților. La studiu au participat un număr semnificativ de 60 de persoane, fiecare având ocazia să-și exprime opiniile și sugestiile cu privire la generarea automată de conținut.

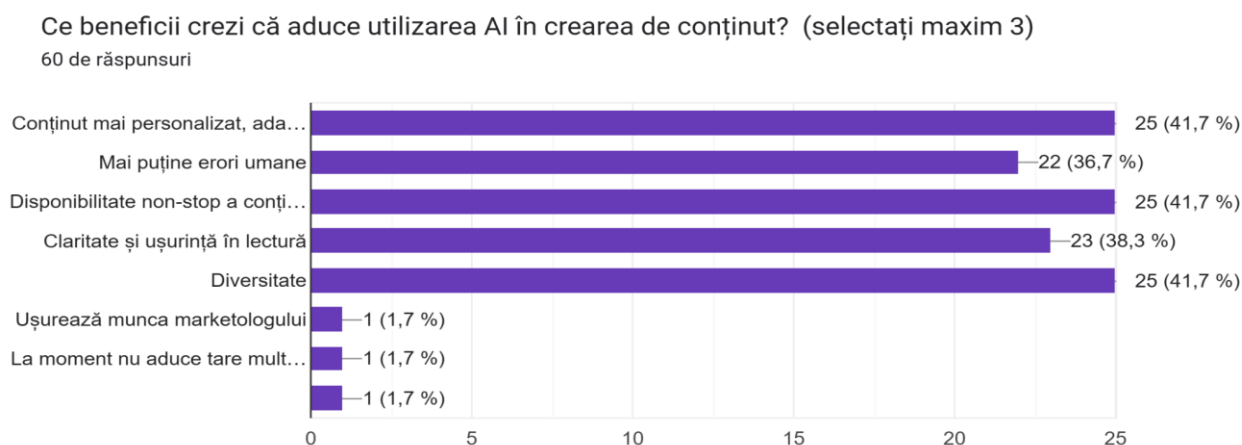


Figura 1. Răspunsurile respondenților referitor la beneficiile pe care le aduce utilizarea inteligenței artificiale în crearea de conținut.

Sursa: Elaborat de autor în baza rezultatelor cercetării

Conform rezultatelor cercetării efectuate, marea majoritate din respondenți cunosc ce înseamnă și cum funcționează inteligența artificială (51,7%), consumând zilnic conținut pe rețelele sociale în proporție de 68,3%, iar articole și bloguri - 51,7% și consideră că aduce numeroase beneficii semnificative (figura 1), printre care se numără: crearea de conținut personalizat (41,7%), adaptat intereselor specifice ale utilizatorilor, ceea ce permite o experiență mult mai plăcută și relevantă pentru fiecare individ în parte; disponibilitate non-stop (41,7%), oferind acces constant la informații și servicii, indiferent de momentul din zi sau din noapte, ceea ce este cu adevărat valoros în lumea rapidă și dinamică în care trăim; și diversificarea conținutului (41,7%), care ajută la menținerea interesului utilizatorilor și la atragerea unei audiențe mai largi. De asemenea, respondenții au exprimat opinii personale care subliniază ușurarea muncii specialiștilor în marketing, precum și posibilitatea de a depune mai puțin efort în realizarea sarcinilor zilnice, ceea ce le permite să se concentreze pe aspecte mai strategice și creative ale activității lor, îmbunătățind astfel productivitatea și inovația în cadrul echipelor lor.

Cu toate acestea, consumatorii par să fie reticenți în ceea ce privește conținutul generat automat, manifestând o preocupare tot mai mare față de calitatea și veridicitatea acestuia. Astfel, au fost identificate următoarele motive care contribuie la această ezitare (figura 2): posibilele erori și informațiile false, un aspect îngrijorător pentru 61,7% dintre respondenți, care subliniază riscurile

asociate cu încrederea în datele generate de algoritmi; lipsa de emoții și autenticitate, un factor important pentru 45% dintre consumatori, care apreciază conexiunea umană și originalitatea în conținutul pe care îl consumă; și, nu în ultimul rând, îngrijorarea că acest tip de conținut ar putea elimina locuri de muncă pentru creatorii de conținut, o preocupare semnificativă pentru 35% dintre cei interogați.

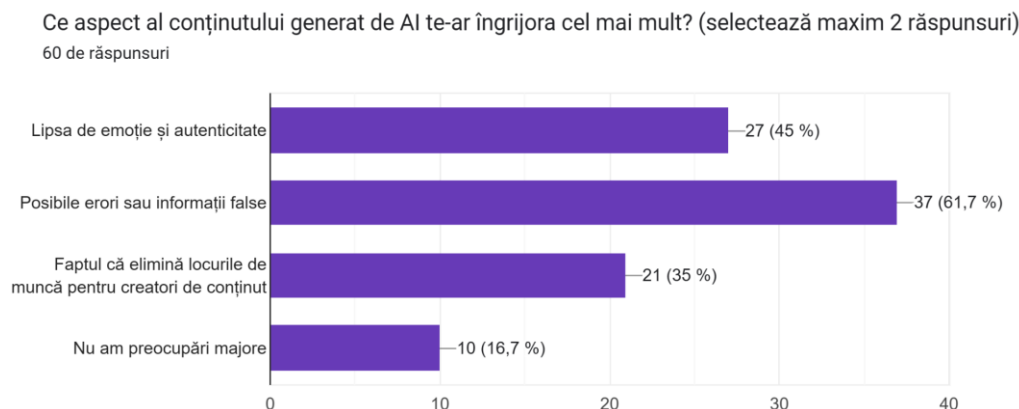


Figura 2. Răspunsurile respondenților referitor la aspectele conținutului generat de inteligența artificială.

Sursa: Elaborat de autor în baza rezultatelor cercetării

E de menționat faptul că, în conformitate cu studiul realizat de către Sprout Social în 2025, printre cele mai mari frici ale specialiștilor în marketing este cea de a fi înlocuit în totalitate de inteligența artificială (Charu Mitra Dubey, 2025).

În ce măsură contează pentru tine autenticitatea și originalitatea conținutului pe care îl consumi? (1 - Deloc important, 5 - Extrem de important)

60 de răspunsuri

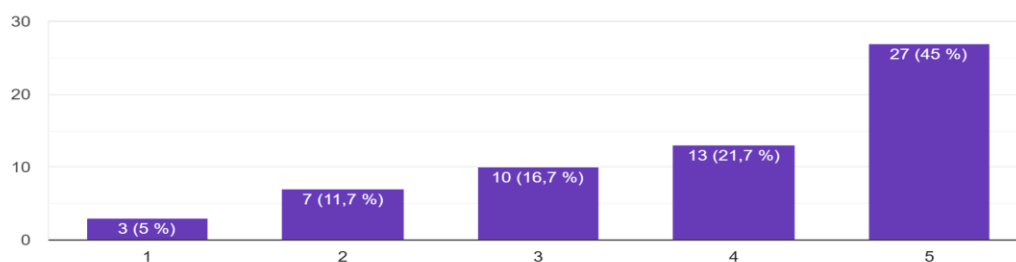


Figura 3. Răspunsurile respondenților referitor la măsura în care contează autenticitatea și originalitatea conținutului pe care îl consumă.

Sursa: Elaborat de autor în baza rezultatelor cercetării

Printre factorii importanți care determină calitatea conținutului s-au dovedit a fi autenticitatea și originalitatea acestuia (figura 3), având în vedere că 45% din respondenți au oferit o notă maximă importanței acestor coeficienți. În plus, 21,7% dintre respondenți le consideră importante, ceea ce sugerează că o mare parte a populației recunoaște valoarea acestor aspecte, dar nu le consideră esențiale în toate cazurile. Pe de altă parte, doar 5% dintre respondenți nu le atestă relevanța, ceea ce ar pu-

tea indica o percepție mai puțin favorabilă asupra impactului pe care îl au asupra calității conținutului. Aceste date oferă o imagine de ansamblu asupra priorităților consumatorilor de conținut, unde originalitatea poate face diferența, deoarece conținutul autentic are capacitatea de a crea o conexiune emoțională profundă cu publicul, ceea ce este esențial în era digitală actuală. Această conexiune nu doar că atrage atenția, dar stimulează și angajamentul utilizatorilor, făcându-i să interacționeze mai mult cu brandul. Mai mult de atât, un astfel de conținut contribuie semnificativ la dezvoltarea unei relații de lungă durată cu consumatorii, bazate pe încredere și loialitate. Prin urmare, investiția în crearea de conținut autentic nu este doar o strategie de marketing, ci o modalitate de a construi comunități solide și durabile în jurul unui brand.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În concluzie, putem afirma că inteligența artificială a transformat radical modul în care este creat și distribuit conținutul. Această transformare a adus numeroase beneficii, printre care se numără creșterea eficienței, personalizarea serviciilor și accesibilitatea continuă a informațiilor. Studiul realizat a evidențiat faptul că, deși inteligența artificială oferă avantaje considerabile în ceea ce privește marketingul de conținut, consumatorii continuă să aprecieze în mod deosebit autenticitatea și originalitatea. Rezultatele cercetării indică o preocupare semnificativă față de posibilele erori și lipsa de emoție în conținutul generat automat, ceea ce subliniază importanța menținerii unei conexiuni umane în comunicare.

Dilema dintre inteligența artificială și autenticitatea umană în marketing este mai puțin despre alegerea uneia în detrimentul celeilalte, ci mai degrabă despre găsirea unui echilibru. AI echi-pează specialistul în marketing cu instrumente de productivitate, în timp ce creativitatea umană asigură campanii de marketing ce captează atenția publicului (Ihor Dervishov, 2024). Brandurile care aleg să adopte o abordare strategică și responsabilă în utilizarea inteligenței artificiale, punând accent pe autenticitate și interacțiune cu publicul, vor reuși să construiască relații de încredere și să își consolideze poziția pe piață. Astfel, în era digitală actuală, autenticitatea rămâne un element esențial în crearea unui conținut valoros și relevant pentru consumatori.

REFERINȚE:

1. Charu, M. (2025). *How to adopt AI for content marketing*. <https://sproutsocial.com/insights/ai-content-marketing/>.
2. GlobalSync. (2024). *How AI is Shaping the Future of Content Marketing*. <https://www.linkedin.com/pulse/how-ai-shaping-future-content-marketing-global-sync-l0dwc/>.
3. Dervishov, I. (2024). *AI vs. Human Creativity in Marketing: Finding the Balance*. <https://www.m1-project.com/blog/ai-vs-human-creativity-in-marketing-finding-the-balance>.
4. Ipat, V. & Savciuc, M. (2025). *Rezultatele cercetării*. <https://forms.gle/6oXw4GCgEw4WbQHq5>.

Coordonator științific: JOMIR Eudochia, drd., asist. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: eudochia.jomir@ase.md

SOCIAL NETWORKING AS A FORM OF PROMOTING EDUCATIONAL OFFERS IN UNIVERSITY MARKETING

REȚELELE DE SOCIALIZARE CA FORMĂ DE PROMOVARE A OFERTELOR EDUCAȚIONALE ÎN MARKETINGUL UNIVERSITAR

COLESNIC Vera, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: colesnic.vera@ase.md

Abstract: *Today's society is constantly evolving, technology and social networks play an important role in everyday life, even influencing the selection process of higher education institutions. Given that young people, according to GWI data, spend an average of 2 hours and 19 minutes daily on social networks, universities need to adapt to these trends and adapt their marketing strategies to attract prospective students. The aim of this study is to analyze the impact of social networks on students' decision to choose a university. Research methods include analyzing online sources such as GlobalWebIndex, Interactions Marketing and Sprout Social, which provide data on digital trends. Information relevant to the Republic of Moldova was also examined, including data from the Barometer of Public Opinion and the Magenta Consulting study, Internews Moldova, which reflect public perceptions of digital platforms. Direct observation and inference complemented the analysis. The results show that Facebook, Instagram and TikTok are the main sources of information about universities, and interactive posts and reviews influence the enrollment decision. These findings underline the importance of optimizing digital strategies for effective promotion of educational offers.*

Key words: Market Research, Marketing Experiments, Promotion, Relationship Marketing

JEL CLASSIFICATION: M31

INTRODUCERE

Rețelele sociale au devenit o parte componentă a vieții noastre, pentru unii accesarea și monitorizarea lor a devenit parte componentă a jobului. Populația de toate vârstele navighează pe diverse platforme, precum Facebook, TikTok, Instagram, dar și altele. Potrivit unor date prezentate de compania GlobalWebIndex, utilizatorii de rețele sociale petrec în medie 2 ore și 19 minute pe zi (Ashley, 2025), aceste date ne demonstrează că platformele online au un rol semnificativ în comportamentul uman, influențând modul în care oamenii interacționează, înțeleg informație și iau decizii. Această expunere constantă creează oportunități importante pentru marketing, educație, dar și promovare, inclusiv în domeniul universitar. Instituțiile de învățământ superior pot folosi această oportunitate pentru a atrage studenți, a promova programele academice și a construi o comunitate educațională activă. Astfel, integrarea strategiilor eficiente de comunicare și promovare pe platformele sociale devine esențială pentru succesul și competitivitatea universităților în era digitală, dar pentru a crește șansele ca campaniile noastre de promovare să fie eficiente este necesar de a cerceta piața și a oferi conținut interactiv care preferă tinerii, precum și părinții, dar și conținutul să fie plasat pe rețeaua socială cea mai utilizată.

Cercetarea acestei teme este una importantă, deoarece oferă o viziune clară asupra modului cum evoluează preferințele consumatorilor, în mod special ale tinerilor care sunt potențiali candidați la studii universitare. Concurența dintre universități este una acerbă, aici nu vorbim doar despre universitățile din Republica Moldova, dar și despre cele din străinătate, de aceea înțelegerea comportamentului utilizatorilor de rețele sociale este un moment important pentru dezvoltarea unei strategii eficiente de promovare.

Obiectivele acestei cercetări sunt multiple. În primul rând este identificarea principalelor motive pentru care utilizatorii accesează rețelele sociale, dar și depistarea celor mai populare plat-

forme în anul 2024. De asemenea, se analizează preferințele diferitelor generații în utilizarea rețelelor sociale și tipurilor de conținut apreciate pe fiecare platformă. Un alt obiectiv important este evaluarea percepției populației din Republica Moldova despre rețele sociale identificate anterior, iar pe baza rezultatelor obținute, formularea unor concluzii relevante și propunerea de recomandări pentru universități, în vederea optimizării strategiilor de promovare educațională.

Sursele bibliografice utilizate au fost diversele date statistice, dar și articolele de specialitate despre utilizarea rețelelor sociale, disponibile în mediul online. Pentru ca datele prezentate în articol să fie relevante s-au analizat cele mai actuale informații, printre care au fost date de pe site-ul companiei GlobalWebIndex, Interactions Marketing SRL.

Metodele de cercetare utilizate includ: cercetarea surselor online de specialitate, aici se includ datele furnizate de GlobalWebIndex, Interactions Marketing și Sprout Social, aici se oferă date actuale despre tendințele de utilizare a rețelelor sociale și preferințelor consumatorilor. De asemenea, au fost analizate date relevante pentru Republica Moldova, inclusiv informații care au fost publicate de Barometrul Opiniei Publice și studiul realizat de Magenta Consulting, publicat în martie 2023 de Internews Moldova, care reflectă percepția publicului asupra platformelor digitale. Metodele de cercetare utilizate includ, de asemenea, observarea directă și deducția, contribuind la o înțelegere mai profundă a impactului rețelelor sociale asupra marketingului universitar.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Conform unui raport realizat de GlobalWebIndex și prezentat de compania QR Tiger s-a depistat că utilizatorii de internet cu vârsta ce depășește 16 ani, folosesc rețelele sociale din diverse motive, pe primul loc se află menținerea legăturii cu familia și prietenii, 51,50 % dintre respondenți au selectat această variantă de răspuns, mai jos în clasament cu 39,00 % se află petrecerea timpului liber. Cu diferența de numai 4,6 % este citirea știrilor, a constituit 34,40%. Este precedat de găsirea de conținut (articole, videoclipuri și altele) tocmai 30, 40 % , găsirea subiectelor populare-29,10 % , căutarea de produse pentru cumpărături-26,90 % , inspirație pentru activități și achiziții- 26,70 % , vizionarea transmisiunilor live-23,70% , urmărirea evenimentelor sportive-23,50%, vizualizarea conținutului brandurilor preferate-22,30%, distribuirea și discutarea opiniilor- 22,20%, networking profesional și cercetare-22,00%, crearea de nou contacte-21,90%, postarea despre propria viață-19,60%, urmărirea celebrităților și influencerilor-19,50 % (Ashley, 2025).

Alt raport realizat de Interactions Marketing demonstrează că în anul 2024 cele mai populare rețele sociale media au fost Facebook cu 3,070 milioane de utilizatori precedat de YouTube (2,530 milioane de utilizatori), Instagram (2,000 milioane), TikTok (1,690 milioane), la finele clasamentului, pe locul 10 se află Douyin cu numai 755 milioane de utilizatori (Trandafir , 2024). Cu toate că au un număr mare de utilizatori nu orice platformă este potrivită ca formă de promovare a ofertelor educaționale în marketingul universitar. Pentru a identifica cea mai potrivită platformă și tip de conținut se va analiza mai multe date prezentate. Unul dintre acestea este popularitatea rețelelor de socializare pe generații. Potrivit sursei Sprout Social, în urma unui sondaj unde au participat 4500 respondenți s-au identificat ce rețele sociale sunt mai potrivite după categoria de vârstă. Rezultatele ne informează că Instagram este preferată de 91% dintre membrii Generației Z și 86% dintre Millennials. Facebook domină în rândul Generației X (92%) și Baby Boomers (91%). YouTube este populară printre 83% din Gen Z și 80% din Millennials. TikTok atrage 86% dintre tinerii din Gen Z și 73% dintre Millennials.

Potrivit același studiu s-a ajuns la concluzia că pe platforma Instagram, cele mai eficiente sunt videoclipurile scurte, de până la 15 secunde și fotografiile. Pe Facebook, postările bazate pe text atrag cele mai multe interacțiuni, urmate de imagini. Pe YouTube, conținutul video mai lung de 60 de secunde este cel mai apreciat. TikTok favorizează videoclipurile scurte, între 15 și 60 de secunde. Pe X (fostul Twitter), postările text sunt cele care generează cele mai multe reacții. În funcție de vârstă preferințele pentru conținut sunt diferite, de aceea trebuie să fim atenți cine sunt clienții noștri țintă și să propunem ce ei au nevoie.

De asemenea au fost analizate date relevante pentru Republica Moldova, pentru a vedea care sunt tendințele și comportamentul consumatorilor. În primul rând am cercetat datele Barometrului Opiniei Publice, în baza acestor date s-a identificat că populația Republicii Moldova utilizează zilnic internetul (76,3%) și internetul este cea mai importantă sursă de informare având 53,6%, iar pe al doilea loc este televiziunea 30,1%. Dacă ar fi să comparăm chiar și cu 10 ani situația era viceversa. Și desigur internetul este cea mai credibilă sursă de informare, rețeaua cea mai populară în rândul moldovenilor este Facebook(59,1%) urmată de YouTube(34,5%), iar pe ultimul loc este Instagram alegând-o pe ea numai 31,6% dintre respondenți.

Potrivit studiului „Percepția populației despre mass-media și aptitudinile mediatice în Republica Moldova” realizat de Magenta Consulting și publicat în martie 2023 de Internews Moldova , s-a obținut că rețelele de socializare, precum Instagram (94%), TikTok (87%), Telegram (92%) sunt accesate în mare parte de către populația tânără – până la 25 de ani (Media Ownership Monitor Moldova, 2024).

În funcție de datele prezentate anterior, **rolul rețelelor sociale în promovarea ofertelor educaționale este:**

- Schimbarea comportamentului de informare al studenților, preferând să găsească informația într-un mod rapid fără a ieși din casă ;
- Creșterea importanței digitalizării;
- Recenziile și feedback-ul online sunt puncte cheie în procesul de luare a deciziilor;
- Rețelele de socializare sunt un instrument important în atragerea și fidelizarea studenților.

Pentru o analiză mai profundă s-au cercetat 6 universități de pe teritoriul țării pentru a determina popularitatea universităților pe rețelele sociale și s-a depistat numărul de urmăritori pe cele mai populare platforme: Facebook și Instagram.

Tabelul 1 Popularitatea universităților din Republica Moldova pe rețelele sociale

Nr. ord	Universitatea	Total urmăritori	Facebook	Instagram
1.	Universitatea Tehnică a Moldovei (UTM)	37 057	32 075	4 982
2.	Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu” (USMF)	36 326	27 611	8 715
3.	Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă” (UPSC)	18 627	17 482	1 145
4.	Universitatea Liberă Internațională din Moldova (ULIM)	16 557	13 513	3 044
5.	Universitatea de Stat din Moldova (USM)	16 548	14 034	2 514
6.	Academia de Studii Economice din Moldova (ASEM)	15 552	13 093	2 459

Sursă: Elaborată de autor

CONCLUZII

Rețelele sociale ca formă de promovare a ofertelor educaționale în marketingul universitar este o temă destul de complexă. În urma cercetărilor și observărilor efectuate s-a depistat următoarele:

1. Rețelele de socializare sunt printre principalele surse de informare pentru tinerii care aleg o universitate.
2. Facebook și Instagram sunt cele mai eficiente platforme pentru promovarea ofertelor educaționale.
3. Conținutul vizual (imagini, videoclipuri, infografice) are un impact mai mare decât textele simple în atragerea viitorilor studenți.
4. Studenții preferă conținut interactiv, cum ar fi sesiuni live, testimoniale video.

5. Universitățile care folosesc strategii moderne de marketing digital atrag mai mulți studenți decât cele care se bazează pe metode tradiționale.
6. Încrederea în informația prezentată pe rețelele de socializare depinde de sursa postării, iar conturile oficiale ale universităților sunt percepute ca mai credibile.

Se propun strategii de marketing universitar prin intermediul rețelelor de socializare orientat în 3 direcții, prima este crearea și distribuirea de conținut relevant, precum ar fi informații despre admitere și programe de studii; povești de succes ale absolvenților; evenimente și activități studențești; conținut vizual și interactiv; prezentarea proiectelor științifice și parteneriatelor internaționale. A doua direcție, interacțiunea cu studenții și potențialii candidați, ce ar presupune crearea de grupuri și comunități online; diverse sesiuni Live și Q&A. Ultima direcție este campanii publicitare targetate, utilizarea reclamelor plătite pe Facebook, Instagram și LinkedIn pentru a atrage potențiali studenți, segmentarea audienței pe baza intereselor, locației și nivelului de educație.

Rețelele de socializare au devenit instrumente importante în promovarea ofertelor educaționale, oferind instituțiilor universitare oportunitatea de a ajunge direct la publicul țintă prin conținut interactiv, accesibil și personalizat. Utilizarea strategiilor de marketing digital, precum campaniile targetate și promovarea prin videoclipuri și postări atractive, contribuie la creșterea vizibilității și atragerea unui număr mai mare de studenți. Într-un mediu educațional competitiv, integrarea eficientă a rețelelor sociale în strategiile de marketing universitar este esențială pentru succesul instituțiilor de învățământ.

REFERINȚE

1. Ashley, P. (2025). *60+ Statistici esențiale de marketing pe social media în 2024*. <https://www.qrcode-tiger.com/ro/social-media-marketing-statistics>.
2. *Influența și implicațiile social media: Rolul influencerilor în informarea publicului din Republica Moldova* (2025). <https://moldova.mom-gmr.org/ro/findings/influencers/?utm>.
3. Media Ownership Monitor Moldova. (2024). *Social media*. <https://moldova.mom-gmr.org/ro/media/social-media/>
4. Rețelele sociale, principala sursă din care se informează tinerii (n.d.). https://www.ipn.md/ro/retelele-sociale-principala-sursa-din-care-se-informeaza-tinerii-7967_1089148.html?utm.
5. Trandafir, D. (2024). *Top 10 cele mai populare rețele sociale media din 2024 - și cum influențează asta strategia ta de marketing pe 2025*. <https://www.interactions.ro/post/top-10-cele-mai-populare-rețele-sociale-media-din-2024-și-cum-influențează-asta-strategia-ta-de-ma>.
6. UTM – cea mai vizibilă universitate pe social media (2022). <https://utm.md/blog/2022/01/29/utm-cea-mai-vizibila-universitate-pe-retelele-sociale/?utm>.

Coordonator științific: JOMIR Eudochia, drd., asist. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: eudochia.jomir@ase.md

THE EVOLUTION OF THE REAL ESTATE MARKET IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA OVER THE LAST 10 YEARS

EVOLUȚIA PIEȚEI IMOBILIARE DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN ULTIMII 10 ANI

TALPĂ Alexandru, student, specialitatea: Marketing și Logistică
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: talpa.alexandru@ase.md

Abstract: This paper analyzes the evolution of the real estate market in the Republic of Moldova during the period 2014-2024, highlighting key trends, determining factors, and the impact of the economic context on the real estate sector. The study considers aspects such as price fluctuations, housing demand and supply, foreign investments, and the influence of economic crises. The analysis is based on relevant statistical data, case studies, and a review of specialized literature.

Keywords: real estate market, Republic of Moldova, real estate prices, supply and demand, real estate investments, economic crisis

JEL CLASSIFICATION: M0, M3

INTRODUCERE

Piața imobiliară din Republica Moldova a suferit transformări semnificative în ultimul deceniu, fiind influențată de factori economici interni și externi. Evenimente precum criza financiară globală, pandemia COVID-19, instabilitatea geopolitică și fluctuațiile monedei naționale au modelat dinamica acestui sector. Lucrarea de față examinează tendințele generale ale pieței imobiliare și identifică factorii care au contribuit la schimbările acesteia.

Analiza pieței imobiliare din Republica Moldova (2014-2024)

Evoluția prețurilor imobiliare

Prețurile locuințelor în Republica Moldova au cunoscut fluctuații considerabile în ultimii 10 ani. Până în 2019, piața a înregistrat o creștere constantă a prețurilor, susținută de creșterea economică și de expansiunea creditării imobiliare. Cu toate acestea, pandemia COVID-19 a generat o stagnare temporară, urmată de o revenire accelerată a prețurilor din cauza inflației și a creșterii costurilor materialelor de construcții.

Tabelul 1. Evoluția prețurilor pentru m² imobiliare 2014-2022

An	Preț mediu pe m ² (EUR)
2014	500
2016	520
2018	550
2020	530
2022	600
2024	500

Sursa: Biroul Național de Statistică, Banca Națională a Moldovei, Ministerul Economiei

Cererea și oferta pe piața imobiliară

Factorii care au influențat cererea și oferta includ migrația populației, accesibilitatea creditelor ipotecare și politicile guvernamentale. Urbanizarea rapidă a Chișinăului a dus la o creștere sem-

nificativă a cererii pentru apartamente noi, în timp ce localitățile rurale au înregistrat un declin al interesului pentru achiziții imobiliare.

Tabelul 2: Numărul de tranzacții și cereri între anii 2014-2024

Indicator	2014	2018	2022	2024
Număr tranzacții imobiliare	25 000	28 500	30 000	32 500
Cerere în Chișinău (%)	60	65	70	75
Cerere în zone rurale (%)	40	35	30	25

Sursa: Biroul Național de Statistică, Ministerul Economiei

Impactul crizelor economice și geopolitice

Evenimentele precum pandemia COVID-19, inflația din 2022 și conflictul din Ucraina au influențat negativ sectorul imobiliar. Acestea au generat incertitudine economică, scăderea puterii de cumpărare și modificări ale politicilor de creditare.

Investițiile străine și dezvoltările imobiliare

Deși investițiile străine în sectorul imobiliar moldovenesc au fost relativ modeste, anumite proiecte de amploare au fost realizate în Chișinău, ceea ce a contribuit la modernizarea infrastructurii urbane. De asemenea, programele guvernamentale de sprijinire a achizițiilor imobiliare, cum ar fi "Prima Casă", au avut un impact semnificativ asupra pieței.

Tabelul 3. Suma de bani investiții investite în anii 2017,2019,2023

Proiect imobiliar	An finalizare	Investiție (mil. EUR)
Complex rezidențial X	2017	50
Centru comercial Y	2019	75
Cartier modern Z	2023	100

Sursa: Ministerul Economiei, Agenția Națională pentru Locuințe

CONCLUZII

Piața imobiliară din Republica Moldova a trecut printr-o serie de transformări majore în ultimii 10 ani, fiind influențată de factori economici, politici și sociali. Creșterea prețurilor, urbanizarea accelerată și impactul crizelor globale au determinat o dinamică fluctuantă a sectorului imobiliar. Deși piața a demonstrat o capacitate de redresare în fața provocărilor, viitorul acesteia depinde de stabilitatea economică, măsurile guvernamentale de sprijin și evoluția pieței financiare.

În următorii ani, se așteaptă o adaptare continuă a pieței la cerințele consumatorilor, cu un accent pe digitalizare, sustenabilitate și eficiență energetică în construcții. De asemenea, atragerea investițiilor străine și menținerea unui climat economic stabil vor juca un rol esențial în dezvoltarea durabilă a sectorului imobiliar din Republica Moldova.

REFERINȚE:

1. Banca Națională a Moldovei - Rapoarte anuale (2014-2024)
2. Biroul Național de Statistică - Indicatori economici și demografici
3. Ministerul Economiei al Republicii Moldova - Analiza pieței imobiliare
4. Agenția Națională pentru Locuințe - Studii și prognoze
5. Articole academice și studii economice din reviste de specialitate

Coordonator științific: SAHARNEAN Liliana, asist. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +37369271331
e-mail: saharnean.liliana@ase.md

SECȚIUNEA 4

FINANȚELE ÎN ERA MODERNIZĂRII ȘI INOVĂRII

POSSIBLE CONSEQUENCES OF CHANGES IN EXCISE TAXES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

ВОЗМОЖНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ИЗМЕНЕНИЯ АКЦИЗОВ В РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

BÎICLÎ Tatiana, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: biicli.tatiana@ase.md

Abstract: Importance and relevance of the topic. Changes in excise taxes have a significant impact on the state budget, consumption levels and economic activity. Excise taxes are an important instrument of tax policy, contributing not only to replenishing the budget, but also to regulating the consumption of certain goods. Analysis of the consequences of changes in excise taxes allows us to assess their impact on the revenue side of the budget of the Republic of Moldova, socio-economic indicators and consumer behavior. The purpose of this work is to identify the possible consequences of changes in excise taxes for the economy and budget of the Republic of Moldova. Research methodology. Theoretical and practical information, horizontal and vertical analysis of statistical data were used.

Keywords: government revenues, government budget, rates, taxes..

JEL CLASSIFICATION: H25, H3

ВВЕДЕНИЕ

Важность и актуальность темы. Изменение акцизов оказывает значительное влияние на государственный бюджет, уровень потребления и экономическую активность. Анализ последствий изменения акцизов позволяет оценить их влияние на доходную часть бюджета Республики Молдова, социально-экономические показатели и поведение потребителей.

Целью данной работы является выявление возможных последствий изменения акцизов для экономики, бюджета Республики Молдова и для социальной сферы.

Методология исследования. Используются теоретические и практические сведения, горизонтальный и вертикальный анализ статистических данных.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Исторически самым значимым и распространённым видом косвенных налогов являлся акциз, который взимался с определённых товаров и услуг.

Акциз – государственный налог, установленный прямо или косвенно на употребление следующих товаров: этиловый спирт и алкогольные напитки, обработанный табак, нефть и её производные, икра осетровых и её заменители, духи и туалетная вода, транспортные средства (Cod Fiscal al Republicii Moldova, 2025). Таким образом фактически уплачивается покупателем. Данный косвенный налог играет важную роль в регулировании потребления товаров, с целью его снижения по социальным или экологическим причинам. Кроме того, они служат источником доходов для государства, обеспечивая финансирование различных бюджетных нужд.

Государство часто рассматривает увеличение ставок акцизов, как инструмент для снижения потребления определённых товаров с целью уменьшения их негативного воздействия. Однако, несмотря на это, такие меры часто оказываются нерезультативными и неэффективными. Повышение акцизов может привести к росту цен на товары, что, на

первый взгляд, должно уменьшить их потребление. Однако в реальности потребители могут продолжать приобретать эти товары, несмотря на более высокие цены, особенно если речь идет о товарах с высокой зависимостью. В таких случаях повышение акцизов просто увеличивает финансовую нагрузку на потребителей, не достигая цели по снижению потребления. Доказательством этого служит постоянный рост поступлений акцизов за табак и различные алкогольные и спиртные напитки. (см. таблицу 1).

Таблица 1. Динамика поступлений акцизов в Национальный Публичный бюджет, администрируемые налоговой службой в зависимости от товаров в период 2021-2024 гг. (тысяч. лей)

	2021	2022	2023	2024
Акцизы на дивины, ликеры	267275,6	271329,4	311651,3	289421,6
Акцизы на вино	949,6	870,4	723,1	790,6
Акцизы на пиво	225949,9	234414,5	238428,9	263933,7
Акцизы на табак	408872,7	375532,1	592122,9	651651,4
ВСЕГО АКЦИЗЫ ПО ВНУТРЕННИМ ПОСТАВКАМ	902829,8	886214,9	1143266,5	1205925,4

Источник: разработано автором на основе данных Государственной налоговой службы «Informația privind încasările la BPN corespunzător clasificăției veniturilor bugetare» за 2021-2024 гг.

Акцизы на ликеры за период 2021-2024 гг. выросли на 22146 тысяч или на 8,3%, однако в 2024 году по сравнению с 2023 годом произошло снижение. Акцизы на вино снизились, что указывает на уменьшение налоговых поступлений в данной категории, на пиво выросли на 16,8%, демонстрируя повышение налоговых ставок. Наибольший рост показали акцизы на табак, увеличившись на 242778,7 или на 59,4%, не смотря на небольшое снижение в 2022 году. Общий объем акцизов на внутренние поставки увеличился с 902829,8 до 1 205925,4, что свидетельствует о росте на 33,6%

Для наглядного сравнения, рассмотрим структуру акцизных поступлений за 2021 и 2024 год на рис. 1

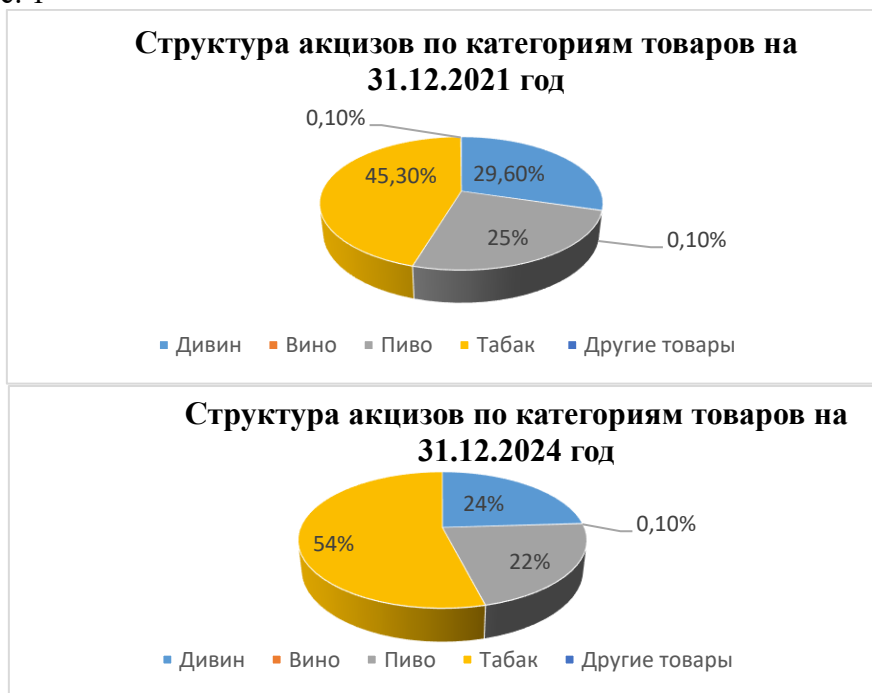


Рисунок 1. Диаграммы структур акцизных поступлений в бюджет РМ в 2021 и 2024 годах.

Источник: создано автором на основе Таблицы 1.

Анализируя структуру акцизных поступлений по категориям товаров за 2021 и 2024 год, можем увидеть, что большую часть поступлений составляет табачная продукция, как в первом случае, так и во втором, но в 2024 году поступления увеличились на 8,7% по сравнению с 2021. После табачной продукции больший вес поступлений осуществляется за счёт акцизов на дивин и ликёр, но если рассматривать их долю в общем объёме поступлений, то в 2024 году они составляют 24% от общей суммы, что ниже на 5,6% чем в 2021 году. Такая же тенденция прослеживается и в случае поступлений акцизов на пиво, где доля в общей сумме в 2024 году снизилась на 3%.

Большие ставки акцизов на табачную продукцию обусловлена стремлением снижения их потребления и воздействия как на здоровье людей, так и на окружающую среду, и стремлением выполнить положения Соглашения об ассоциации с Евросоюзом.

В качестве наглядного примера, можно взять приблизительные цены на сигареты одной и той же марки в 2021 году и в 2024 году, и сравнить взимаемые акцизы. Если в 2021 году акциз составил 621 лей +13%, но не менее 834 леев за 1 тыс. штук.(Cotele accizelor ,2025), а цена на одну пачку сигарет составляла 30 лей, то с стандартной пачки содержащей 20 шт. сигарет, взимался акциз в размере 16,68 лей. Ситуация в 2024 год поменялась, акциз составил 983,12 лей +13%, минимальная ставка акцизного сбора за 1000 штук сигарет или сигарилл составляет 1318,62 леев (Cotele accizelor ,2025), при цене одной пачки в сумме 39 лей, сбор акциза с 20 сигарет составлял 26, 37 лей. Несмотря на повышение акцизов, с целью снижения их потребления, налоговые поступления увеличились, таким образом, повышение акцизных ставок не всегда ведет к снижению потребления, особенно в сегментах товаров с высокой зависимостью или устойчивым спросом.

Изменения ставок акцизов могут привести так же к возможному стимулированию контрабанды, что также влияет на долгосрочную экономику и доступность этих товаров для населения. В 2022 году молдавская таможня пресекла 175 случаев контрабанды сигарет, почти 3,3 млн пачек. По сравнению с предыдущим годом, количество задержаний выросло на 20%, а объёмы конфискованного товара увеличились в разы. Так, в 2021 году таможенники задержали 381 тыс. пачек сигарет (Logos Press, 2023).

Увеличение налоговых ставок на табачную продукцию считается эффективным способом для пополнения государственного бюджета и сокращения потребления табака среди детей и подростков, однако такое повышение может привести к росту нелегального рынка табачной продукции, что снизит поступления в бюджет. Кроме того, увеличение цен на сигареты может негативно сказаться на малообеспеченных слоях населения, для которых табачные изделия станут менее доступными, но зависимость от них сохранится.

Изменение акцизов в Республике Молдова отражает важную роль акцизных налогов в формировании государственного бюджета. (см. таблицу 2)

Таблица 2. Поступление акцизов в Национальный Публичный бюджет за период 2021-2023 гг. (млн.лей)

	2021	2022	2023	2024
Акцизы по внутренним поставкам	903,8	886,1	1143,2	1205,9
Акцизы на импортируемые товары	6731,5	7144,7	9025,8	10265,9
Возмещение акцизов	-27,0	-18,3	-30,9	-24,2
Всего поступления акцизов	7608,3	8012,5	10138,1	11447,6
Всего доходы НПБ	77373,1	91505,4	102299,2	110338,5

*Источник: Источник: разработано автором на основе данных Министерства Финансов
 «Raport anual privind executarea bugetului public national» за 2021-2024 года.*

По данным таблицы, видим, что в период с 2021 по 2024 год акцизы по внутренним поставкам выросли примерно на 33 %, уменьшение произошло только в 2022 году по

сравнению с 2021 годом на 2%. На импортные товары произошло увеличение на 52,5 %, что привело к общему увеличению акцизных поступлений на 50,5 %. Рост поступлений от акцизов сопровождается увеличением общего дохода НПБ, что может свидетельствовать о важности акцизных сборов в формировании бюджета. Совокупные доходы Национального Публичного Бюджета (НПБ) увеличиваются с 77 377,0 в 2021 году до 110 338,5 в 2024 году (на 42%), что подтверждает значительный вклад роста акцизных сборов в формирование государственных доходов.

Таким образом, можем сделать вывод, что правительству выгодно увеличивать ставки акцизов. Повышение акцизов на товары, такие как алкоголь, табак, способствует увеличению налоговых поступлений в государственный бюджет. Это становится особенно важным для стран с ограниченными ресурсами, поскольку акцизы позволяют эффективно мобилизовать доходы, не требуя сложных административных процедур

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изменение акцизов в Республике Молдова может привести к росту бюджетных поступлений, но не обязательно к снижению потребления подакцизных товаров. Данные за 2021–2024 годы показывают, что даже при увеличении ставок спрос на алкоголь и табак остается стабильным или растет. Это свидетельствует о высокой устойчивости потребления таких товаров, что делает акцизы эффективным инструментом для пополнения бюджета. Однако чрезмерное повышение ставок может привести к росту нелегального рынка и снижению конкурентоспособности легального бизнеса. Поэтому при пересмотре акцизной политики важно учитывать баланс между налоговыми целями и возможными негативными социально-экономическими последствиями.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Cod Fiscal al Republicii Moldova (2025). Articolul 119. Noțiuni. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146721&lang=ro#
2. Informația privind încasările la BPN corespunzător clasificăției veniturilor bugetare (2021). <https://sfs.md/uploads/governmentdata/2/document/incasari-01012021-31122021pd-61de7a94e6da5.pdf>
3. Informația privind încasările la BPN corespunzător clasificăției veniturilor bugetare (2022). <https://sfs.md/uploads/governmentdata/2/document/incasari-01012022-31122022pd-63e3846216ab8.pdf>
4. Informația privind încasările la BPN corespunzător clasificăției veniturilor bugetare (2023). <https://sfs.md/uploads/governmentdata/2/document/incasari-0101-31122023pdf-65a4e7bd73a81.pdf>
5. Informația privind încasările la BPN corespunzător clasificăției veniturilor bugetare (2024). <https://sfs.md/uploads/governmentdata/2/document/incasari-01012024-31122024pd-6786ab7af1f7b.pdf>
6. Cotele accizelor. (2025). <https://www.contabilsef.md/cotele-accizelor-2/>
7. Logos Press (2023). https://logos-pres.md/1463_04_2/
8. Raport anual privind executarea bugetului public național. (2021). <https://mf.gov.md/ro/content/catalogul-de-date-deschise-al-mf-pentru-anul-2021>
9. Raport anual privind executarea bugetului public național. (2022). <https://mf.gov.md/ro/content/catalogul-de-date-deschise-al-mf-pentru-anul-2022>
10. Raport anual privind executarea bugetului public național. (2023). <https://mf.gov.md/ro/content/catalogul-de-date-deschise-al-mf-pentru-anul-2023>
11. Raport anual privind executarea bugetului public național. (2024). <https://mf.gov.md/ro/content/catalogul-de-date-deschise-al-mf-pentru-anul-2024>

Coordonator științific: CHICU Nadejda, conf. univ., dr.

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md-mail: chi-cu.nadejda@ase.md

DIFFERENCES AND SIMILARITIES BETWEEN ACCOUNTING AND TAX REGULATIONS

CONFRUNTĂRI ȘI ASEMĂNĂRI ÎNTRE CONTABILITATE ȘI REGLEMENTĂRI FISCALE

CHIPRISEAN Maria, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: chiprisean.maria@ase.md

Abstract: *The relationship between accounting and taxation is shaped by their distinct objectives and regulatory requirements. Accounting aims to provide a transparent and accurate representation of an entity's financial position, on contrast, taxation is primarily concerned with the correct assessment and collection of taxes. Due to these divergences, adjustments between accounting profit and taxable profit are often required, resulting in additional compliance and reporting obligations. However, efforts have been made to harmonize accounting and taxation through international financial reporting standards and national regulations, aiming to reduce inconsistencies and enhance financial transparency. This paper examines the main areas of convergence and divergence between accounting and taxation, focusing on the impact of legislative frameworks on financial reporting and tax obligations. Furthermore, it explores potential alignment strategies to improve consistency and compliance, ensuring a more efficient interaction between the two systems.*

Keywords: *tax law, Fiscal policies, accounting, financial reporting*

JEL CLASSIFICATION: H30, M40

INTRODUCERE

Contabilitatea și reglementările fiscale reprezintă două domenii interconectate, dar cu obiective și principii distincte. În timp ce contabilitatea are ca scop prezentarea unei imagini fidele a situației financiare a unei entități, reglementările fiscale sunt orientate spre calcularea și colectarea corectă a impozitelor datorate statului. Diferențele dintre aceste două sisteme pot genera discrepante în raportarea financiară și obligațiile fiscale, motiv pentru care este esențială o înțelegere clară a asemănarilor și confruntărilor dintre ele.

Scopul lucrării este de a analiza relația dintre contabilitate și reglementările fiscale, evidențiind atât punctele lor comune, cât și diferențele care pot influența raportarea financiară și obligațiile fiscale ale unei entități. Pentru atingerea acestui scop, au fost setate unele **obiective** precum: analiza cadrului normativ a contabilității și fiscalității, identificarea principalelor provocări și neconcordanțe dintre fiscalitate și contabilitate, formularea unor concluzii bazate pe rezultatele cercetării.

Actualitatea temei constă în impactul semnificativ pe care diferențele dintre contabilitate și reglementările fiscale îl au asupra raportării financiare, impozitării și luării deciziilor economice, într-un context marcat de evoluția continuă a normelor contabile și fiscale.

Metodologia de cercetare s-a bazat pe analiza cadrului normativ pe care se bazează fiscalitatea și contabilitatea, utilizând inducția, deducția pentru a examina principiile fundamentale ale acestora. Studiul literaturii de specialitate a fost realizat prin analiza comparativă a surselor relevante pentru a evidenția diferențele între cele două domenii.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analizând părerile mai multor autori precum Bajan M., Lazări L. (2020). și Păunescu M. (2015) am identificat unele convergențe și divergențe dintre contabilitate și reglementările fiscale. Un aspect important care stă la baza fiecărui domeniu este cadrul legislativ pe care acesta se bazează.

ză și instrumentele cu care operează. Pentru a prezenta o comparație mai amănunțită între principalele acte normative care guvernează aceste două domenii vom analiza Tabelul 1.

Tabelul 1. Divergențe privind reglementările legislative

Criteriul de comparare	Contabilitate	Fiscalitate
Legislația	• Legea contabilității și raportării financiare 287/2017 • Standarde Naționale de Contabilitate • Planul general de conturi contabile • Standarde Internaționale de raportare financiară	• Codul Fiscal • Codul Vamal • Legea bugetului pentru anul corespunzător • Legislație internațională

Sursa: elaborat de autor

Se poate observa că reglementările contabile și cele fiscale sunt guvernate de acte normative distincte, având obiective diferite. Contabilitatea este orientată spre raportarea financiară corectă și transparentă, bazându-se pe standarde naționale și internaționale, cum ar fi Legea contabilității și IFRS. În schimb, fiscalitatea este reglementată de Codul Fiscal și alte acte normative cu scop preponderent fiscal, vizând colectarea impozitelor și taxelor. Aceste diferențe determină în practică apariția unor ajustări și tratamente diferite pentru recunoașterea veniturilor, cheltuielilor și activelor.

Contabilitatea și fiscalitatea urmăresc obiective diferite, ceea ce determină tratamente distincte pentru recunoașterea și raportarea elementelor financiare. În timp ce contabilitatea se concentrează pe prezentarea unei imagini fidele a situației economico-financiare a entității, pe de altă parte fiscalitatea are un scop normativ și administrativ, stabilind reguli care permit statului să gestioneze într-un mod eficient alocarea resurselor în bugetul public prin colecteze impozitelor în mod optim. Aceste diferențe sunt sintetizate în Tabelul 2.

Tabelul 2. Divergențe privind obiectivul

Criteriul de comparare	Contabilitate	Fiscalitate
Obiectiv	Prezentarea unei imagini veridice a situației financiare a entității	Maximizarea veniturilor fiscale încasate în bugetul de stat

Sursa: elaborat de autor

Divergența dintre obiectivele contabilității și fiscalității derivă din nevoile diferite ale utilizatorilor lor. Contabilitatea oferă informații relevante pentru deciziile economice ale managementului entității, dar și servește ca bază de informare pentru investitori și creditorilor, punând accent pe transparență și imagine fidelă. Pe de altă parte, fiscalitatea este concepută pentru a asigura colectarea eficientă a taxelor și impozitelor de către stat, ceea ce determină reguli specifice privind calculul bazei impozabile. Aceste diferențe explică de ce rezultatele contabile și cele fiscale pot fi diferite.

În continuare, ne vom concentra asupra modului în care cele două domenii definesc și recunosc veniturile. Această analiză comparativă este esențială pentru a înțelege impactul acestor divergențe asupra raportării financiare și fiscale a unei entități. Tabelul 3 prezintă o sinteză clară a acestor diferențe.

Tabelul 3. Divergențe privind recunoașterea venitului

Criteriul de comparare	Contabilitate	Codul Fiscal
Recunoașterea venitului	Drept venit este recunoscut orice beneficiu economic primit de entitate în numele său (SNC "Venituri", pct.6)	Veniturile sunt clasificate drept impozabile și neimpozabile (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 2025, art 18,20)

Sursa: elaborat de autor

Analizând comparativ modul în care contabilitatea și Codul Fiscal abordează recunoașterea venitului, se observă o diferență fundamentală de perspectivă Contabilitatea, cu o viziune axată pe substanța economică, extinde recunoașterea veniturilor la orice beneficiu economic primit de entitate, reflectând o imagine completă a activității sale. În contrast, Codul Fiscal operează cu o clasificare mai restrictivă, segmentând veniturile în funcție de impozitare. Această distincție nu este doar o diferență de definire, ci are implicații directe asupra modului în care veniturile sunt evaluate și impozitate, influențând deciziile financiare și strategiile de conformitate ale companiilor.

Pe lângă analiza veniturilor, un alt aspect crucial în evidențierea diferențelor dintre contabilitate și fiscalitate se regăsește în modul în care sunt tratate ieșirile de resurse ale companiei. Fie că vorbim despre costuri operaționale, investiții sau alte tipuri de cheltuieli, modul în care acestea sunt recunoscute și clasificate diferă semnificativ între cele două domenii. Pentru a ilustra aceste discrepanțe, vom analiza Tabelul 4.

Tabelul 4. Divergențe privind recunoașterea cheltuielilor

Criteriul de comparare	Contabilitate	Fiscalitate
Recunoașterea cheltuielilor	Pentru recunoașterea este necesară respectarea a două condiții: evaluarea în mod credibil și diminuarea beneficiilor economice (SNC “Cheltuieli”, pct 6)	Codul fiscal delimitează cheltuielile ca fiind deductibile și nedeductibile (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 2025, art 24-31)

Sursa: elaborat de autor

Analiza Tabelului 4 evidențiază o diferență importantă în modul în care contabilitatea și fiscalitatea abordează recunoașterea cheltuielilor. În timp ce contabilitatea se concentrează pe reflectarea realității economice a tranzacțiilor, fiscalitatea urmărește stabilirea bazei impozabile corecte, ceea ce duce la necesitatea ajustării anumitor cheltuieli. Astfel, unele categorii de cheltuieli, deși justificate din punct de vedere contabil, necesită ajustări în scopuri fiscale. De exemplu, provizioanele pentru litigii, concedii medicale sau garanții, deși reflectă obligații potențiale ale companiei, necesită ajustări pentru a determina baza impozabilă corectă. De asemenea, amortizarea calculată prin metode alternative, cum ar fi metoda unităților de producție sau soldul degresiv, poate necesita ajustări pentru a se conforma cerințelor fiscale. Este important de menționat că aceste ajustări, care reflectă diferențele dintre tratamentul contabil și cel fiscal al cheltuielilor sunt reflectate în anexa 2D din declarația privind impozitul pe venit (VEN12). Prin urmare, o înțelegere corectă a acestor diferențe este esențială pentru o raportare fiscală precisă și pentru a evita neînțelegeri cu autoritățile fiscale.

După cum am analizat deja, divergențele dintre contabilitate și fiscalitate pot crea provocări semnificative pentru entități. Pentru a aborda aceste probleme, este esențial să se adopte o abordare strategică care să promoveze armonizarea și colaborarea între cele două domenii. Prin stabilirea unei relații armonioase între contabilitate și fiscalitate, companiile pot beneficia de o reducere semnificativă a costurilor prin evitarea penalităților și optimizarea fiscală, pot experimenta o creștere a eficienței datorită proceselor simplificate și informațiilor financiare precise, pot asigura o conformitate riguroasă cu legislația în vigoare, diminuând riscul de audituri, și, în cele din urmă, pot lua decizii strategice mai bine fundamentate, bazate pe informații financiare clare și relevante. Diagrama de mai jos ilustrează principalele direcții în care se poate acționa pentru a îmbunătăți relația dintre contabilitate și fiscalitate:

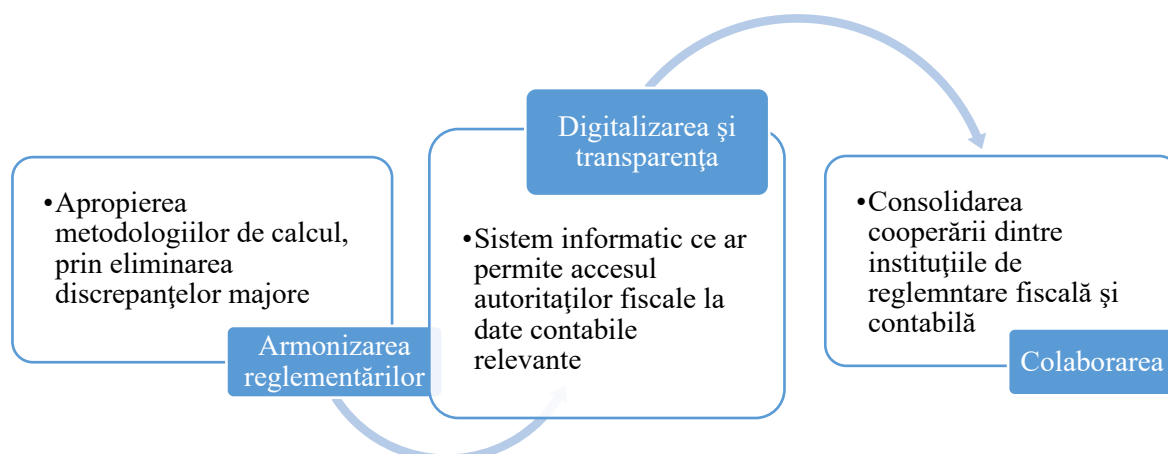


Figura 1. Direcții de armonizare între fiscalitate și contabilitate

Sursa: elaborat de autor

După cum se observă în diagramă, digitalizarea și transparența joacă un rol crucial în acest proces. Implementarea unui sistem informatic integrat ar permite autorităților fiscale să acceseze date contabile relevante, facilitând astfel un control mai eficient și reducând riscul de erori sau fraude. În plus, apropierea metodologiilor de calcul și armonizarea reglementărilor ar contribui la eliminarea discrepanțelor majore dintre contabilitate și fiscalitate. Nu în ultimul rând, consolidarea cooperării dintre instituțiile de reglementare fiscală și contabilă este esențială pentru a asigura o abordare coerentă și uniformă în aplicarea legilor și standardelor.

CONCLUZII

Această cercetare subliniază importanța unei înțelegeri clare a diferențelor dintre contabilitate și reglementările fiscale, evidențiind impactul acestor diferențe asupra raportării financiare, impozitării și luării deciziilor economice. Într-un context în care normele contabile și fiscale sunt în continuă evoluție, o analiză comparativă detaliată a acestor două domenii este esențială pentru a asigura o raportare financiară corectă și eficientă, precum și pentru a minimiza riscurile fiscale și a optimiza performanța financiară a companiilor. Prin identificarea și analiza divergențelor, această lucrare oferă idei pentru dezvoltarea unor strategii de armonizare și cooperare între contabilitate și fiscalitate, contribuind la o mai bună înțelegere și gestionare a relației complexe dintre aceste două domenii.

REFERINȚE

1. Bajan, M., & Lazari, L. (2020). *Relația dintre contabilitate și fiscalitate: conectare și deconectare*. ASEM
2. Codul fiscal al Republicii Moldova nr. 1163 din 24.04.1997 conform OMF nr. 48 din 12.03.19, MO101-107/22.03.19, SNC „Venituri”, SNC „Cheltuieli”
3. Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15.12.2017.
4. Paunescu, M. (2015). Recunoasterea si masurarea veniturilor. Principii contabile vs. reguli fiscale în cazul societăților românești. *Audit Financiar*, 13(1), 15.
5. Standardele Naționale de Contabilitate aprobate prin Ordinul Ministerului Finanțelor nr.118 din 06.08.2013, modificate

Coordonator științific: BERGHE Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: berghe.nadejda@ase.md

THE IMPORTANCE OF VAT FOR THE BUDGET OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND THE PROBLEMS OF ITS MANAGEMENT

ЗНАЧЕНИЕ НДС ДЛЯ БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА И ПРОБЛЕМЫ ЕГО УПРАВЛЕНИЯ

TAȘCI Maria, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: tasci.maria@ase.md

Abstract: *Importance and relevance of the topic. Tax revenues play an important role for the state budget, as they are the main sources of income. They provide funding for state programs, economic stability, social equality, state security and infrastructure development. Due to their high importance for the state budget, it is necessary to carefully monitor the completeness and timeliness of tax revenues. At the same time, for taxpayers, the amounts of taxes may seem quite large, which is why a pressing problem for the entire state arises - tax evasion. The purpose of this work is to identify the importance of VAT for the budget of the Republic of Moldova, the problems of its management and to propose ways to eliminate the identified problems. We used theoretical and practical information, horizontal and vertical analysis of statistical data.*

Keywords : *government revenues, VAT, ghost companies, tax evasion.*

JEL CLASSIFICATION: H25, H26

ВВЕДЕНИЕ

Важность и актуальность темы. Налоговые поступления играют важную роль для государственного бюджета, так как представляют собой основные источники доходов. Именно они обеспечивают финансирование государственных программ, экономическую стабильность, социальное равенство, государственную безопасность и развитие инфраструктуры. Из-за их высокой значимости для государственного бюджета, следует тщательно следить за полнотой и своевременностью налоговых поступлений. При этом для налогоплательщиков суммы налогов могут показаться достаточно большими, в связи с чем появляется актуальная проблема для всего государства – уклонение от уплаты налогов.

Цель данной работы выявить значимость НДС для бюджета Республики Молдова, проблемы его управления и предложить способы устранения выявленных проблем.

Методология исследования. Мы использовали теоретическую и практическую информации, горизонтальный и вертикальный анализ статистических данных.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В мире, на сегодняшний день, существует 193 государства, каждый из которых имеет свой государственный бюджет, с помощью которого обеспечивается стабильное функционирование государства, его экономическое развитие и социальное благополучие граждан этой страны. В свою очередь, государственный бюджет состоит из расходов, доходов и источников финансирования. В данной статье хотелось бы выявить значимость налоговых поступлений в составе доходов государственного бюджета, посредством которых формируется финансовая основа для реализации государственных функций, например, обеспечение безопасности, развитие инфраструктуры, финансирование здравоохранения, образования и социальных программ.

В основном доходы государственного бюджета Республики Молдова формируются за счет следующих составных частей (данные за 2024 по выполненным доходам, в млн. лей):

1. Налоги и сборы (68 481,3)
2. Обязательные страховые взносы и премии (33 564,2)
3. Гранты (2 592,3)
4. Другие доходы (5 700,7)
5. Трансферты, полученные между государственным бюджетом и местными бюджетами.

Наглядно структуру финансовых ресурсов РМ можно увидеть на следующей диаграмме (см. рисунок 1).

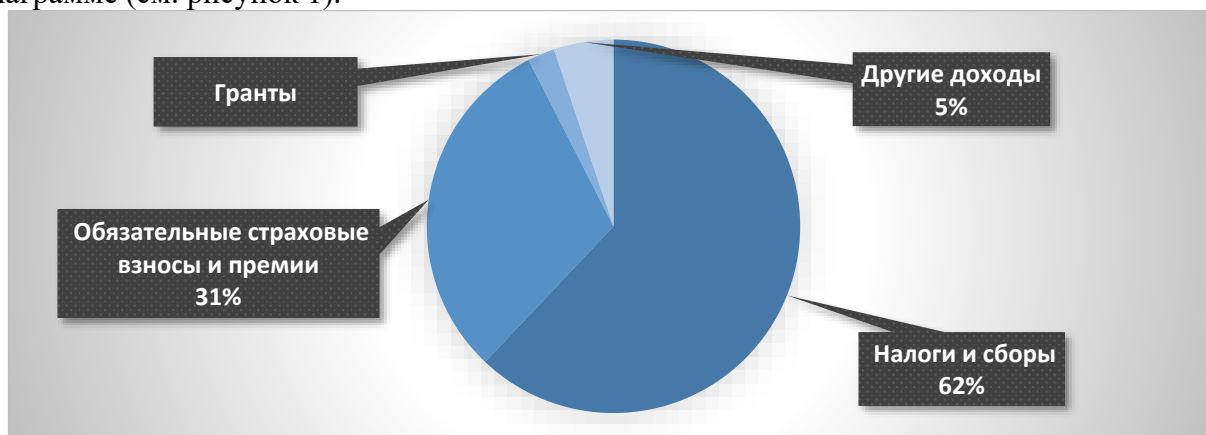


Рисунок 1. Структура финансовых ресурсов Республики Молдова за 2024 год

Источник: разработано автором на основе данных Министерства Финансов «Raport anual privind executarea bugetului public national» за 2024 год

Таким образом, можно наглядно увидеть, что большую часть доходов государственного бюджета составляют именно налоги и сборы, в состав которых входит один из самых важных налогов – налог на добавленную стоимость (НДС). Он имеет важное значение в составе бюджетных доходов, так как объем данного налога в составе налогов и сборов составляет практически 49% за 2024 год.

Предлагается рассмотреть динамику полученных государственным бюджетом доходов от НДС за 2022-2024 (см. таблицу 1).

Таблица 1. Динамика поступлений НДС в государственный бюджет за 2022-2024 гг.

	Выполнено			Выполнено в 2024 году по сравнению с 2023 годом	
	2022	2023	2024	(+/-)	%
НДС на товары и оказанные услуги, произведенные на территории Республики Молдова, млн. лей	9 532,0	11 626,6	12 669,7	1 043,1	109
НДС на импортные товары, млн. лей	24 058,5	23 348,4	25 449,8	2 101,4	109
Возмещение НДС, млн. лей	-4 533,8	-4 765,7	-4 709,4	56,3	98,8
Всего НДС, млн. лей	29 056,7	30 209,3	33 410,1	3 200,8	110,6

Источник: разработано автором на основе данных Министерства Финансов «Raport anual privind executarea bugetului public national» за 2022-2024 года.

Опираясь на данные, представленные в таблице 1, можем сделать вывод, что в течение всех трех рассматриваемых лет происходил постепенный рост поступлений НДС сначала на 4%, а затем на 10,6%. В 2024 году в государственный бюджет было больше поступлений от НДС, чем в 2022 году на 4 353,4 млн. лей (или почти на 15%). Причиной этому могли быть:

1. **инфляция и рост цен.** Если цены на товары и услуги растут, то, даже при неизменном уровне потребления, сумма НДС, поступающая в бюджет, также увеличивается;

2. **ужесточение налогового администрирования.** Совершенствование механизмов сбора налогов, путем внедрения обязательных электронных систем учёта (например, электронных кассовых аппаратов) снижает возможности для сокрытия оборотов, следовательно и сокращается уклонение от уплаты НДС.
3. **взаимосвязь с экономическим ростом.** Увеличение объёмов производства и потребления товаров и услуг ведёт к росту налоговых поступлений, в том числе поступлений НДС.

Ставки налога на добавленную стоимость (20% и 8%) довольно высокие для экономики Республики Молдова. В то же время рассматриваемый налог имеет большое значение для государственного бюджета нашей страны, поэтому ставки не могут быть понижены. В связи с этим, налогоплательщики пытаются самостоятельно снизить для себя этот налог, путём уклонения от уплаты НДС, что является одной из самых распространенных проблем. Таким образом налогоплательщики разработали или адаптировали уже существующие в зарубежных странах различные варианты уклонения от уплаты этого налога, одним из которых является применение "фирмы-однодневки".

Фирма-однодневка (она же «короткоживущее предприятие») — жаргонный термин для обозначения организаций, которые создаются исключительно с целью уклонения от уплаты налогов и (или) сборов, прочих мошеннических операций. Фирмы-однодневки являются контрагентами, которые ведут свою деятельность только «на бумаге». Как правило, единственным результатом их работы является сокращение налогов для их юридических партнёров или расхищение государственных средств (Гладунов, 2011).

Как правило, фирмы-призраки регистрируются на подставных людей (номинальных директоров) - на имя людей, которые потеряли свои паспорта, безработных, пенсионеров, которые даже не подозревают, что являются формальными владельцами компаний. Для того, чтобы создавать видимость работы фирмы-фантомы могут создавать собственный сайт, реквизиты, счет в банке и даже сотрудников, но лишь номинально. Как правило, основная компания, которая и создала свою фирму-фантом, приобретение услуги однодневки (обычно нематериальных: консультационных, маркетинговых и т. п.), и переводит на ее счет оплату за предоставленные услуги. На самом же деле, эти деньги просто снимаются со счета наличными и возвращаются обратно в компанию. Но если фирма-призрак создана не самой компанией, а была открыта в коммерческих целях, то заказчик должен еще и заплатить определенный процент. Все эти «черные схемы» нужны для уменьшения налогооблагаемой прибыли, для ухода от НДС, а также для получения права на налоговый вычет по НДС.

Так как предприниматели всегда стремятся к сокращению налогов, которые удерживаются в связи с осуществлением их деятельности, то и раскрытие использований «черных схем» происходит на постоянной основе. Например, в 2008 году, по официальным данным, было выявлено более 400 фантомных компаний, которые нанесли государству ущерб в размере 3,4 млрд леев за счет неуплаты налогов в государственный бюджет. В 2009 году - 214 компаний-фантомов, попавших под контроль контрольных органов, нанесли государству ущерб на сумму более 750 млн. леев. В 2010 году государственный бюджет был истощен на 261,3 млн леев (Cozonac, 2011).

Для того, чтобы не допустить появление таких фиктивных фирм, которые значительно сокращают поступления в государственный бюджет, может предложить следующие меры по борьбе с фирмами-призраками:

1. Законодательные меры:

- ужесточение регистрации компаний – проверка учредителей и директоров, запрет на регистрацию без их личного присутствия;
- контроль за номинальными директорами – введение ответственности для лиц, регистрирующих множество фирм без ведения реальной деятельности;
- упрощение ликвидации фирм-однодневок – исключение из реестра компаний, не сдающих отчетность;

- криминализация мошеннических схем – ужесточение наказаний за создание фиктивных фирм и уклонение от налогов.

2. Налоговый контроль:

- анализ подозрительных операций – выявление схем уклонения от налогов, фиктивных сделок;

- отказ в возврате НДС – налоговые органы проверяют контрагентов на предмет связи с фирмами-однодневками;

- блокировка сомнительных счетов – если компания не ведёт реальную деятельность, банки могут отказать в обслуживании.

3. Банковский контроль:

- финансовый мониторинг – банки обязаны отслеживать подозрительные транзакции и сообщать о них в соответствующие органы;

- ограничение на обналичивание – крупные наличные операции вызывают подозрения и могут привести к проверкам;

- закрытие счетов фирм-однодневок – если у компании нет реальной деятельности, банк может закрыть счёт.

4. Автоматизация и цифровизация контроля:

- блокировка массовых регистраций – автоматический контроль за юрлицами, зарегистрированными по одному адресу;

- электронный документооборот снижает возможность подделки документов и сокрытия данных;

- системы искусственного интеллекта анализируют данные налогоплательщиков, выявляя подозрительные схемы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате данной исследовательской работы, можно сделать вывод, что налоговые финансовые ресурсы играют важную роль для государственного бюджета Республики Молдова. В особенности стоит подчеркнуть значимость НДС, который составляет около 49% за 2024 год от общего объема налоговых поступлений в бюджет нашей страны. Такая высокая доля свидетельствует о его критической значимости для финансирования государственных расходов. Поэтому так важно осуществлять своевременный и качественный мониторинг за поступлением НДС в бюджет, а также выявлять и бороться с различными схемами уклонения от уплаты налогов.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Cozonac, C. (2011). *Firmele-fantomă ștepuiesc statul de miliarde, organele de drept nu găsesc vinovații* <https://investigatii.md/ro/investigatii/coruptie/firmele-fantoma-tepuiesc-statul-de-miliarde-organele-de-drept-nu-gasesc-vinovatii>
2. Raport anual privind executarea bugetului public național. (2022). <https://mf.gov.md/ro/content/catalogul-de-date-deschise-al-mf-pentru-anul-2022>
3. Raport anual privind executarea bugetului public național. (2023). <https://mf.gov.md/ro/content/catalogul-de-date-deschise-al-mf-pentru-anul-2023>
4. Raport anual privind executarea bugetului public național. (2024).: <https://mf.gov.md/ro/content/catalogul-de-date-deschise-al-mf-pentru-anul-2024>

Coordonator științific: CHICU Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: chicu.nadejda@ase.md

ANALYSIS OF THE METHOD OF TAXING INCOME OF NATURAL PERSONS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

ANALIZA MODALITĂȚII DE IMPUNERE A VENITURILOR PERSOANELOR FIZICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

COCIUG Ludmila, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: cociugludmila@ase.md

Abstract: *The Republic of Moldova, as an economy in transition, faces significant fiscal challenges. For this reason, the personal income tax is a component part of the system of general state taxes and fees, representing a source of regulation of the budget system revenues. This research analyzes the current taxation system, highlighting both the advantages and challenges, such as the administrative burden and tax evasion. The methodology includes documentary analysis, international comparisons, statistical methods and surveys. The results highlight the fluctuations in the share of personal income tax in budget revenues and the conclusions that include the influencing factors and some recommendations.*

Key words: *income tax, tax revenues, taxation, tax period, income tax rates, tax, taxpayer*

JEL CLASSIFICATION: H20, H24, K34, E62

INTRODUCERE

Impunerea veniturilor persoanelor fizice este un element esențial al politicilor fiscale ale oricărui stat, care joacă un rol crucial în asigurarea echilibrului bugetar. Studiul analizează impactul impozitelor pe venit asupra veniturilor bugetare cât și modalitățile de impunere a veniturilor persoanelor fizice în Republica Moldova, identificând punctele forte și punctele slabe ale sistemului actual, și de a propune soluții pentru îmbunătățirea eficienței și echității acestuia.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Baza informațională a studiului este formată din publicațiile științifice ale cercetătorilor din domeniul economic, actele normative aferente Republicii Moldova, precum și datele oficiale mai exact rapoartele cu privire la executarea bugetului public național publicate de către Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova. În cadrul acestei cercetări pentru analizarea modalității de impunere a veniturilor persoanelor fizice în Republica Moldova au fost utilizate următoarele metode și tehnici de studiu:

- **Metode economice**, explicarea conceptului de impozitare a veniturilor persoanelor și impactul acestuia asupra echității sociale;
- **Metode statistice și econometrice**, pentru a analiza contribuția impozitului pe venit în diverse categorii de venituri bugetare;
- **Metoda comparației la nivel internațional**, pentru a analiza practicile și modelele fiscale din alte state, comparându-le cu cele din Republica Moldova;
- **Metoda deducției**, pentru formularea concluziilor pe baza analizei datelor și rezultatelor obținute.

Cu referire la impozitul pe venit, conform scrierilor profesorilor L. Lazari și R. Vieru pentru prima dată el a fost introdus în Marea Britanie pe la sfârșitul secolului al XVIII-lea (Vieru, R., Lazari L., 2019).

Prevederile privind impozitul pe venit în Republica Moldova sânt reglementate de Codul Fiscal și anume Titlul I „Dispoziții generale” și Titlul II „Impozitul pe venit” Impozitul reprezintă o contribuție bănească obligatorie și cu titlu nerambursabil, achitată, conform legii statului de către persoanele fizice și juridice pentru veniturile care le obțin sau pentru averea pe care o posedă, iar impozitul pe venit este o componentă a sistemului de impozite și taxe generale de stat constituind o sursă de reglementare a veniturilor sistemului bugetar. Plata impozitului se efectuează în cuantumul și termenul precis stabilit prin lege (Codul fiscal, 1997).

Totalitatea veniturilor obținute din orice sursă de către o persoană fizică sau juridică în afară de deducerile și scutirile la care are dreptul persoana în cauză, constituie venitul brut, ceea ce reprezintă obiectul impunerii.

Spre deosebire de obiect, subiectul impunerii îl reprezintă persoanele fizice, fie ea rezidentă sau nerezidentă, dar care obține venituri din categoria celor supuse impozitării. Persoanele fizice pot fi cetățeni ai Republicii Moldova, cetățeni străini sau întreprinzători individuali. Prin urmare, conform anului calendaristic care reprezintă perioada fiscală cu privire la impozitul pe venit al persoanelor fizice, se determină la sfârșitul anului venitul impozabil după care se calculează suma impozitului ce urmează a fi plătită.

În Republica Moldova, se aplică impozitarea proporțională, menținând o cotă unică de 12%, indiferent de mărimea venitului, pentru a asigura egalitatea fiscală. Sistemele de impozitare din Estonia și Germania reprezintă politici fiscale diferite. Estonia aplică o cotă unică de 20% (Sabau R., 2023), ceea ce facilitează administrarea și atrage investiții. Se crede că este mai puțin echitabilă, deoarece nu ține cont de diferențele de venit. Impunerea proporțională are și unele neajunsuri, deoarece nu respectă echitatea în materie fiscală, nu se i-a în considerație că puterea contributivă a diferitor categorii sociale este diferită în funcție de mărimea absolută a veniturilor și mărimea absolută a averii pe care o posedă. Impunerea în cote proporționale nu preia la buget o parte din veniturile persoanelor fizice sau juridice, într-o măsură cât mai apropiată de creșterea veniturilor sau averii. Germania, pe de altă parte, folosește un sistem progresiv compus care constă în aceea că odată cu creșterea obiectului impozabil crește și cota impozitului, cu o rată cuprinsă între 14% și 45%, susținând bunăstarea socială prin impozite mai mari la veniturile mai mari. Similar cu Estonia, Republica Moldova aplică același sistem de impunere proporțional indiferent de mărimea obiectului impozabil, reprezentând o manifestare directă a principiului egalității în fața impozitelor.

Impozitul pe venit îi revine un rol important în circuitul economic al fiecărui stat. Fiind unul din importanțele fonduri bănești necesare statului, care a stat la temelia apariției acestuia, impozitul și-a păstrat importanța și în prezent. Analiza evoluției ponderii impozitului pe venit în diverse categorii de venituri bugetare între 2019 și 2023 oferă o perspectivă mai clară asupra tendințelor fiscale.

**Tabelul 1: Dinamica încasărilor din impozitul pe venit al persoanelor fizice la BPN
în perioada 2019-2023, %**

Perioada	Impozit pe venit	Impozite și taxe	Impozite directe	Venit total
2019	42,53	9,91	40,03	6,31
2020	44,85	10,48	42,20	6,65
2021	46,07	10,39	43,17	6,64
2022	40,72	10,43	38,74	6,55
2023	43,43	11,48	41,45	7,07

Sursa: elaborat de autor în baza datelor din raportul cu privire la executarea bugetului public național de pe site-ul Ministerului Finanțelor.

Disponibil: <https://mf.gov.md/ro/trezorerie/rapoarte-privind-executarea-bugetului/rapoarte-anuale>

Tabelul 1 reflectă ponderea impozitului pe venit al persoanelor fizice în diferite categorii de impozite între 2019 și 2023, evidențiind fluctuații semnificative influențate de diverși factori precum cei economici și politicile. Ponderea în totalul impozitelor pe venit a variat pe parcursul întregii perioade analizate, dar se observă o scădere semnificativă de la 46,07% în anul 2021, la 40,72% în 2022. Iar în categoria de impozite, aceasta a crescut de la 9,91% în 2019 la 11,48% în 2023. Ponderea în impozitele directe a scăzut ușor la 38,74% în 2022, dar a revenit la 41,45% în 2023, iar în venitul total a crescut de la 6,31% la 7,07%. Aceste variații accentuează importanța continuă a impozitului pe venit în veniturile bugetare.

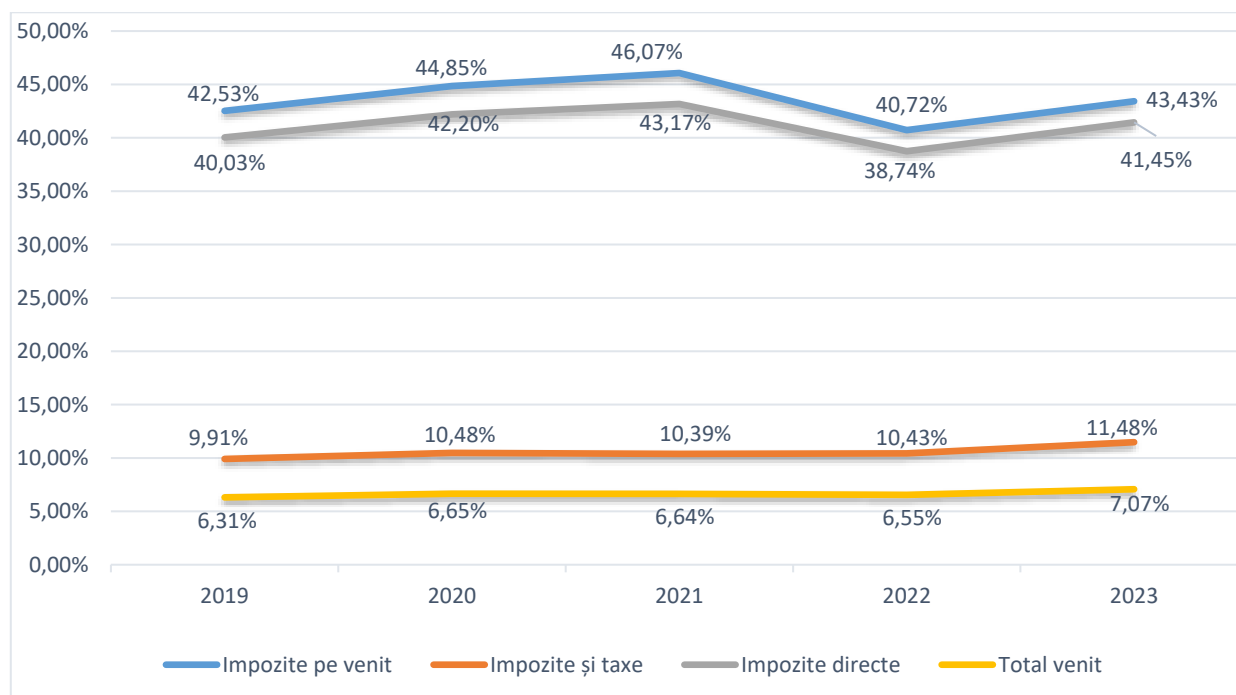


Figura 1. Diagrama evoluției ponderii impozitului pe venit al persoanelor fizice în total: impozit pe venit; impozite și taxe; impozite directe și în total venituri în perioada 2019-2023, %
 Sursa: calcule de autor în baza datelor din raportul cu privire la executarea bugetului public național de pe site-ul Ministerului Finanțelor . [online]. [accesat: 20 martie 2025]. Disponibil: <https://mf.gov.md/ro/trezorerie/rapoarte-privind-executarea-bugetului/rapoarte-anuale>

Pentru a analiza impactul impozitului pe venit la formarea veniturilor publice este important să evaluăm încasările acestuia la bugetul public național. Așa dar, conform datelor din figura 1, este accentuată o tendință de creștere a ponderii impozitului pe venit al persoanelor fizice în total venituri pe parcursul perioadei 2019-2023, astfel în anul 2019 aceasta reprezenta 6,31 % ajungând în 2023 la 7,07%. Se atestă și o creștere a ponderii acestui impozit în totalul impozitelor pe venit de la 42,53% în anul 2019 a atins un maxim de 46,07% în 2021, dar a scăzut la 40,72% în 2022, urmată de o revenire la 43,43% în 2023. În totalul impozitelor și taxelor, ponderea a crescut constant, ajungând la 11,48% în 2023. Chiar și în cadrul ponderii în impozitele directe se observă o creștere de la 40,03% în anul 2019, la 41,45% în anul 2023. Prin urmare, datorită modificărilor care sunt efectuate anual în cadrul legislației fiscale pentru a crește gradul de conformare fiscală ceea ce duce la majorarea încasărilor la buget, derivă și această evoluție pozitivă a încasărilor din impozitul pe venit al persoanelor fizice, care în consecință duce la combaterea treptată a evaziunii fiscale, îmbunătățirea echității fiscale a contribuabililor, dar pe de altă parte și la bunăstarea statului.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În concluzie, analiza evoluției impozitului pe venit al persoanelor fizice în Republica Moldova în perioada 2019-2023 subliniază rolul său esențial în veniturile bugetare. Ponderea acestuia în totalul impozitelor pe venit a fluctuat semnificativ, de la 42,53 în anul 2019, atingând un maxim de 46,07% în 2021, urmat de o scădere la 40,72% în 2022 și o revenire la 43,43% în 2023. De asemenea, în structura veniturilor bugetare, această pondere a crescut de la 6,31% în 2019 la 7,07% în 2023.

Este important de menționat faptul că aceste evoluții au fost influențate de diverși factori precum ar fi contextul economic; nivelul de conformare al contribuabililor a jucat un rol esențial, iar măsurile de reducere a economiei informale sunt necesare pentru o colectare mai eficientă, digitalizarea administrării fiscale ceea ce a contribuit la optimizarea procesului de colectare a taxelor și la reducerea erorilor și a fraudei fiscale.

Pentru sporirea eficienței colectării impozitului pe venit și asigurarea sustenabilității fiscale sunt esențiale careva măsuri precum ar fi ajustarea cotelor de impozitare astfel încât să reflecte mai bine capacitatea contributivă și micșorarea inegalităților sociale. Un exemplu ar fi Germania, care practică un sistem de impunere progresiv compus, fiind cel care corespunde cel mai bine cerințelor utilizate în practica fiscală internațională deoarece susține echitatea socială și i-a în considerație că puterea contributivă a claselor sociale este diferită.

O altă măsură ar fi reducerea economiei informale și creșterea numărului de contribuabili ceea ce vor asigura o creștere sustenabilă a veniturilor bugetare și continuarea digitalizării sistemului fiscal pentru eficientizarea procesului de colectare și reducerea evaziunii fiscale.

Impozitul pe venit al persoanelor fizice va continua să fie o componentă esențială a veniturilor bugetare, iar gestionarea eficientă a acestuia este crucială pentru echilibrul fiscal al Republicii Moldova.

REFERINȚE:

1. Codul fiscal al Republicii Moldova nr. 1163 din 24.04.1997. Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 62 art. 522 din 18.09.1997. <https://www.sfs.md/codulfiscalalrm.aspx>
2. Cota impozitului pe venit în Germania (n.d.). <https://www.transfergo.ro/impozitul-pe-salariu-germania-lohnsteuer-si-clasele-de-impozitare>
3. Sabau, R. (2023). *Cota impozitului pe venit în Estonia*. <https://wise.com/ro/blog/viata-in-estonia-costuri-si-sfaturi>
4. Vieru, R., & Lazari, L. (2019). *Abordări conceptuale și evoluția impozitului pe venit*. <https://api.dspacecris.ase.md/server/api/core/bitstreams/5443059d-14d7-4f7a-a409-8d2d69c4805b/content>
5. Raportul cu privire la executarea bugetului public national de pe site-ul Ministerului Finanțelor. (2025). <https://mf.gov.md/ro/trezorerie/rapoarte-privind-executarea-bugetului/rapoarte-anuale>

Coordonator științific: BULGAC Corina, dr., conf. univ
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Mitropolit Gavriil Bănulescu-Bodoni 61
e-mail: bulgac.corina@ase.md

ADAPTATION OF THE TAX SYSTEM OF MOLDOVA TO EU STANDARDS

АДАПТАЦИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ МОЛДОВЫ К СТАНДАРТАМ ЕС

CURU Anna, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: curu.anna@ase.md

Abstract: *Currently, the adaptation of the tax system of the Republic of Moldova to the standards of the European Union is an important task related to the harmonization of tax legislation, increasing the transparency of tax policy and attracting foreign investment. The implementation of EU standards contributes to the improvement of tax administration, the reduction of the level of the shadow economy and the creation of a favorable business climate. Moldova has made progress in aligning its tax system with EU standards, particularly in VAT and excise duties. Participation in the Fiscalis program supports tax administration reforms and transparency improvements. However, challenges such as the shadow economy and political instability hinder full compliance. Despite this, tax reforms have enhanced investment attractiveness and economic ties with the EU.*

Keywords: *tax reform, adaptation, tax system, harmonization, tax administration.*

JEL CLASSIFICATION: H20

ВВЕДЕНИЕ

Целью работы является анализ процесса адаптации налоговой системы Молдовы к стандартам ЕС и выявление основных направлений реформ. В данной работе использованы несколько методов исследования: *сравнение, анализ и обобщение*.

В последние годы Республика Молдова предпринимает активные шаги по интеграции в Европейский Союз, что требует значительных изменений в различных сферах, включая налоговую систему. Гармонизация налогового законодательства с европейскими стандартами является важным этапом данного процесса, поскольку способствует повышению прозрачности фискальной политики, улучшению инвестиционного климата и упрощению торговых отношений с ЕС.

Адаптация налоговой системы Молдовы включает в себя приведение налоговых норм в соответствие с директивами ЕС, модернизацию налогового администрирования и усиление контроля за финансовыми потоками. Особое внимание уделяется налогу на добавленную стоимость (НДС), акцизам и корпоративному налогообложению и включает унификацию налоговых ставок, баз налогообложения и процедур администрирования, что способствует снижению барьеров для торговли и инвестиций, а также должно сократить теневую экономику и повысить эффективность налогового сбора.

Однако процесс адаптации сопровождается рядом вызовов, таких как необходимость значительных финансовых вложений, институциональные реформы и возможное сопротивление бизнеса к новым стандартам. Несмотря на это, успешная интеграция в налоговую систему ЕС создаст более стабильную и прозрачную экономическую среду, что позитивно скажется на долгосрочном развитии страны.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Процесс адаптации налоговой системы Молдовы к стандартам ЕС

Адаптация налоговой системы Республики Молдова к стандартам Европейского Союза представляет собой комплексный процесс, направленный на приведение налогового

законодательства и администрирования в соответствие с европейскими нормами. Основные направления реформ включают:

- Гармонизацию системы налогообложения, особенно в области налога на добавленную стоимость (НДС) и акцизов.
- Усиление налогового администрирования с целью сокращения уровня теневой экономики.
- Цифровизацию налоговых процедур и улучшение прозрачности налоговых органов.
- Повышение эффективности налогового контроля и мониторинга налогоплательщиков.

Одним из ключевых шагов в этом направлении стало участие Молдовы в программе *Fiscalis*, направленной на поддержку налоговых администраций стран ЕС и их партнеров. В рамках данной программы Молдова получает финансовую и техническую помощь, что ускоряет процесс внедрения европейских налоговых стандартов.

Программа «Fiscalis» и ее роль в реформировании налоговой системы Молдовы

В феврале 2021 года между Молдовой и ЕС было подписано соглашение о присоединении к программе «Fiscalis», направленной на модернизацию налоговых систем стран-участниц. Ратификация этого соглашения в августе 2023 года открыла Молдове доступ к финансированию в размере 269 миллионов евро на период с 2023 по 2027 годы. Эти средства предназначены для приведения налоговой системы Молдовы в соответствие со стандартами ЕС и повышения эффективности налогового администрирования.

Основные институциональные органы налогового контроля в Молдове

В настоящее время в Молдове функционирует несколько ключевых налоговых и контрольных органов, которые играют важную роль в процессе адаптации налоговой системы к стандартам ЕС:

- **Государственная налоговая служба (Serviciul Fiscal de Stat, SFS)** – отвечает за администрирование налогов, борьбу с уклонением от уплаты налогов и обеспечение налогового соблюдения.
- **Счетная палата** – высший орган аудита, осуществляющий контроль за публичными финансами и проводящий внешний аудит государственных учреждений.
- **Финансовая инспекция** – административный орган Министерства финансов, ответственный за проведение финансовых проверок в государственных учреждениях и на предприятиях.
- **Внутренний аудит** – система внутреннего контроля в организациях, направленная на выявление финансовых рисков и обеспечение соответствия законодательству.

Институциональные преобразования и реформы

Для успешной адаптации налоговой системы необходимы институциональные реформы, направленные на укрепление налоговых органов, повышение их прозрачности и эффективности. Это включает внедрение современных информационных технологий, обучение персонала и улучшение взаимодействия с налогоплательщиками.

Таблица 1. Факторы, влияющие на адаптацию налоговой системы Молдовы к стандартам ЕС

Факторы	Описание
Экономический рост	Стабильный экономический рост обеспечивает расширение налоговой базы и увеличение налоговых поступлений, что облегчает внедрение новых стандартов.
Политическая стабильность	Политическая стабильность способствует последовательной реализации налоговых реформ и снижает риски откатов или изменений курса реформ.
Институциональная способность	Эффективность налоговых органов, их способность внедрять и администрировать новые стандарты, а также уровень подготовки и квалификации персонала.
Уровень теневой экономики	Высокий уровень теневой экономики снижает эффективность налоговой системы и усложняет процесс адаптации к прозрачным стандартам ЕС.

Инвестиционный климат	Благоприятный инвестиционный климат привлекает иностранные инвестиции, что требует соответствия международным налоговым стандартам и повышает необходимость адаптации.
Общественное восприятие реформ	Поддержка или сопротивление общества налоговым реформам влияет на их успешность; информирование и вовлечение гражданского общества могут повысить принятие изменений.
Международное сотрудничество	Участие в международных программах и организациях, таких как «Fiscalis», обеспечивает техническую и финансовую поддержку в процессе адаптации налоговой системы.

Источник: разработано автором

В Молдове налоговое регулирование и контроль осуществляются различными органами, каждый из которых выполняет определенные функции.

Таблица 2. Сравнительный анализ характеристик налогового контроля в Молдове

	Государственная налоговая служба (SFS)	Счетная палата	Финансовая инспекция	Внутренний аудит
Сфера деятельности	Все юр. и физ. лица, являющиеся налогоплательщиками	Государственные финансы	Государственные учреждения и предприятия	Частные и государственные организации
Цель контроля	Обеспечение налогового соблюдения и сбор налогов	Контроль за публичными финансами	Проверка финансовой отчетности госструктур	Оценка рисков и эффективности финансовой деятельности
Методы контроля	Налоговые проверки, мониторинг транзакций, цифровая отчетность	Аудит госбюджета, анализ эффективности расходования средств	Финансовые инспекции и проверки	Внутренний анализ процессов и отчетности
Уровень независимости	Подотчетна Министерству финансов	Независимый орган	Подотчетна Министерству финансов	Подотчетен руководству организации
Основные санкции	Штрафы, пени, блокировка счетов, уголовные меры	Рекомендации парламенту и правительству	Административные меры, рекомендации	Рекомендации руководству

Источник: разработано автором

Преимущества и вызовы в процессе адаптации налоговой системы

Процесс реформирования налоговой системы в Молдове сопровождается как положительными изменениями, так и серьезными вызовами:

Преимущества:

- Упрощение налоговых процедур и снижение административной нагрузки на бизнес.
- Повышение доверия иностранных инвесторов за счет прозрачности налогового администрирования.

Улучшение сотрудничества с ЕС, что способствует экономическому росту.

Вызовы:

- Высокий уровень теневой экономики, препятствующий эффективному налоговому администрированию.
- Недостаточное финансирование для модернизации налоговых органов.

Возможное сопротивление бизнеса изменениям в налоговой системе.

Таким образом, адаптация налоговой системы Молдовы к стандартам ЕС требует последовательных шагов по гармонизации законодательства, модернизации налогового администрирования и усилению контроля за соблюдением налоговых норм.

ВЫВОДЫ

Адаптация налоговой системы Молдовы к стандартам Европейского Союза (ЕС) является важным шагом для улучшения экономической ситуации в стране и интеграции в европейскую экономику. Процесс адаптации требует значительных усилий, так как нужно не только привести национальное законодательство в соответствие с европейскими нормами, но и обеспечить эффективную работу налоговых органов и налогоплательщиков. В частности, это связано с внедрением новых стандартов отчетности, улучшением механизмов налогового контроля, а также усилением антикоррупционных мер.

Эффективность данной адаптации зависит от множества факторов, включая подготовленность и обучение работников налоговых органов, а также степень готовности бизнеса к изменениям. Высокая стоимость внедрения новых стандартов и технологий может стать препятствием для некоторых компаний, особенно малых и средних. Тем не менее, успешная адаптация налоговой системы позволит повысить прозрачность, улучшить взаимодействие с международными партнерами и стимулировать рост инвестиций в экономику Молдовы.

Кроме того, переход к европейским стандартам требует от налогоплательщиков и аудиторских компаний соблюдения более строгих требований к отчетности и ведению бухгалтерского учета. Это, в свою очередь, повышает важность профессиональных аудиторских услуг и требует от аудиторов высокого уровня компетенции. Важно, чтобы проверка налоговой и финансовой отчетности проводилась с максимальной объективностью, чтобы выявить все возможные нарушения и ошибки, которые могут повлиять на налоговые поступления в бюджет страны. Однако существует риск, что повышенные требования могут стать финансовым бременем для некоторых предприятий, особенно если качество аудиторских услуг будет не соответствовать стандартам.

Таким образом, успешная адаптация налоговой системы Молдовы к стандартам ЕС требует комплексного подхода, включающего не только реформирование законодательства и повышение квалификации специалистов, но и обеспечение доступности аудиторских и консалтинговых услуг для всех секторов экономики.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Балахнова, В. (2023). *Налоговая система РМ будет приведена к стандартам ЕС*. <https://newsmaker.md/ru/es-promozhet-moldove-privesti-nalogovuyu-sistemu-v-sootvetstvie-s-evropeyskimi-standartami>
2. Игнатьева, Ю. (2024). *Как Молдова меняется на пути в ЕС*. <https://bas-tv.md/moldova-european-integration/>
3. Коларь, О. (2023). *Программа ЕС Fiscalis*. [https://monitorul.fisc.md/moldova-primet-uchastie-v-programme-evrosoyuza-fiscalis-/](https://monitorul.fisc.md/moldova-primet-uchastie-v-programme-evrosoyuza-fiscalis/)
4. Сфера деятельности и функции Министерства Финансов (n.d.). <https://old.mf.gov.md/ru/about/functiivac/inspfinanciara>
5. Сфера деятельности и функции Счетной палаты. (n.d.). <https://ccrm.md/ru>
6. NewTV. (2024). <https://newtv.md/ru/toate-stirile/prezident-palaty-nalogovykh-konsultantov-rumynii-sblizenie-nalogovoi-politiki-moldovy-s-es-sag-k-integracii>

Coordonator științific: CHICU Nadejda, dr., conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: chicu.nadejda@ase.md

EVOLUTION AND CAUSE-EFFECT RELATIONSHIP OF INFLATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

EVOLUȚIA ȘI RELAȚIA CAUZĂ-EFECT A INFLAȚIEI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

BOLEA Natalia, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: bolea.natalia@ase.md

Abstract: Inflation is a continuous long-term trend in a market economy, which tends towards an increase in the average price and a corresponding decrease in the value of money. The objective of this article is to describe the evolution and distinctive features of inflation in Moldova, based on theoretical arguments and practical analysis.

Keywords: inflation, deflation, consumer price index, producer price index, general price index

JEL CLASSIFICATION: C32, E31

INTRODUCERE

Importanța și obiectivele cercetării. Obiectul de studiu al acestei cercetări este reprezentat de studierea evoluției inflației per ansamblu, precum și în particular relațiile de cauză-efect a diferitor factori asupra acesteia. Inflația reprezintă unul dintre cele mai serioase dezechilibre macroeconomice contemporane, iar în anumite țări și perioade, ea a constituit și continuă să fie o amenințare majoră pentru evoluția și avansul economic. În alte condiții de timp și spațiu, măsurile legate de inflație pot fi integrate în planurile de dezvoltare ale statelor. Deși poate părea greu de imaginat, inflația nu este bine definită din punct de vedere conceptual, existând numeroase opinii interesante și variate pe această temă. Incercările de a înțelege esența inflației și factorii care o provoacă duc la formarea unor concepte științifice diverse, care pot fi clasificate în politice și economice, după cum va fi prezentat în următoarele două scheme (figura 1 și 2).

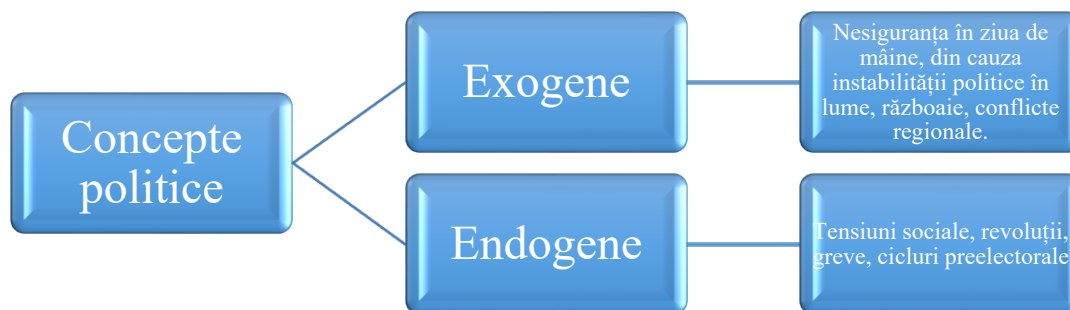


Figura 1. Concepte politice de natură exogenă și endogenă

Sursa: elaborat de autor

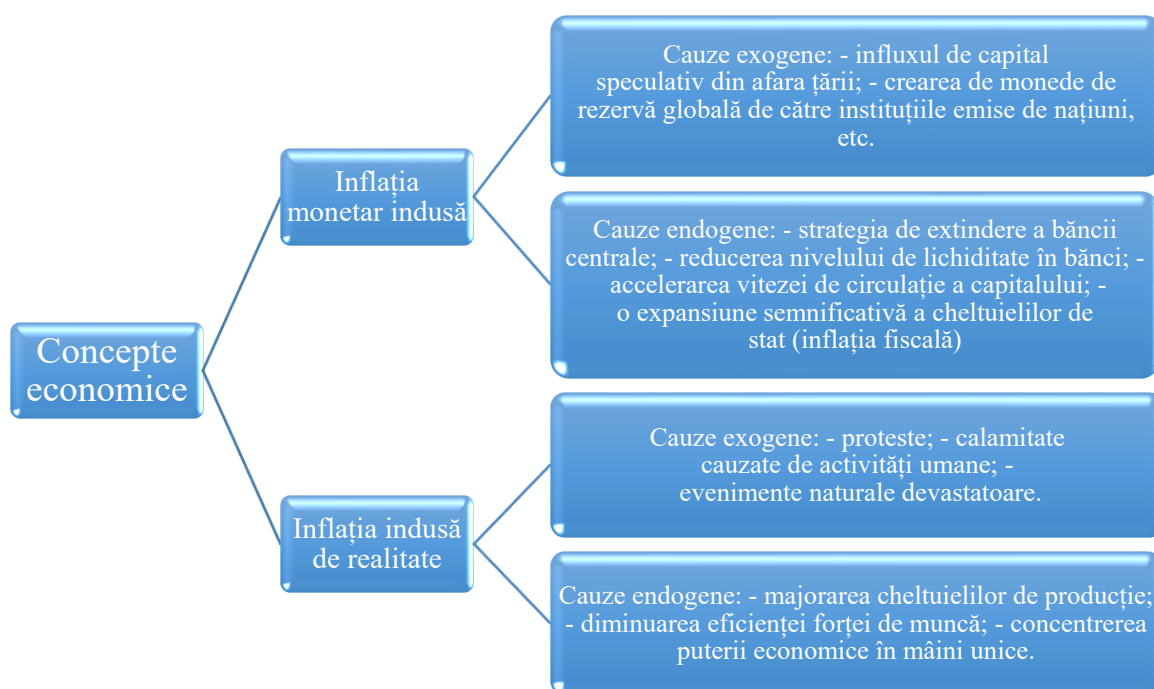


Figura 2. Concepte economice descrise prin inflația indusă monetar și indusă de realitate

Sursa: elaborat de autor

Rezumând diversele definiții, putem concluziona că inflația reprezintă o condiție economică în care fluxurile de numerar devin excesive, iar echilibrul dintre necesarul de bani pentru tranzacționare (cererea de numerar) și suma de bani aflată în circulație (oferta de numerar) este deteriorat, rezultând astfel o tendință generală și prelungită de creștere a prețurilor bunurilor. În același timp, se produce deprecierea monetară, reflectată prin diminuarea capacității de achiziție a unităților de valută.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Suportul teoretico-metodologic al articolului constă în documentarea literaturii de specialitate, analiza și sinteza, comparația etc. Drept sursă de inspirație pentru acest articol au servit lucrările autorilor: Basno C., Dardac N., Floricel C. etc. și desigur, datele statistice de pe (www.statistica.md).

Rezultate obținute. Făcând o analiză profundă a diferitor literaturi de specialitate și comparând diferite articole științifice din presă am ajuns la concluzia că cauzele inflației în Republica Moldova sunt generate de factori de ordin extern și intern. Factorii externi sunt descriși prin dependența de importul de resurse energetice și alimentare care face ca economia să fie expusă la variațiile prețurilor internaționale.

De exemplu, sporirea prețurilor la energie și alimente pe plan mondial a avut un impact semnificativ asupra inflației interne. Factorii interni pot fi reprezentați prin politicile legate de fiscalitate și monetare, precum și modificările tarifelor la utilitățile publice, pot afecta nivelul prețurilor. În plus, deprecierea monedei locale poate amplifica costurile bunurilor importate, crescând astfel inflația. Având drept scop în acest articol descrierea relației de cauză- efect a inflației în Republica Moldova, vreau să prezint și efectele inflației asupra economiei și populației, cum ar fi:

- Puterea de cumpărare: O rată mai mare a inflației reduce puterea de cumpărare a oamenilor, afectând în special categoriile vulnerabile cu venituri statice.
- Economii și investiții: Inflația poate descuraja economisirea și investițiile pe termen lung, deoarece randamentele reale ar putea deveni nefavorabile.
- Competitivitatea externă: O inflație mai ridicată decât cea din țările partenere comerciale poate diminua competitivitatea exporturilor din Moldova.

Evoluția inflației în Republica Moldova este una semnificativă, deoarece după o perioadă de peste zece ani în care inflația anuală a fost constantă sub 10%, în a doua parte a anului 2021 și, în mod special, în 2022, presiunea inflaționistă a crescut considerabil. Din 2010, Banca Națională a Moldovei (BNM) a adoptat un sistem de control al inflației, având drept țintă o rată de creștere a Indicelui Prețurilor de Consum (IPC) de 5%, cu un interval permis între 3,5% și 6,5%. Între 2010 și 2021, au fost înregistrate abateri semnificative peste limita superioară a acestui interval în primii ani ai acestui sistem, adică în 2010 și 2011, precum și în 2015, din cauza recesiunii economice regionale și a crizei bancare interne.

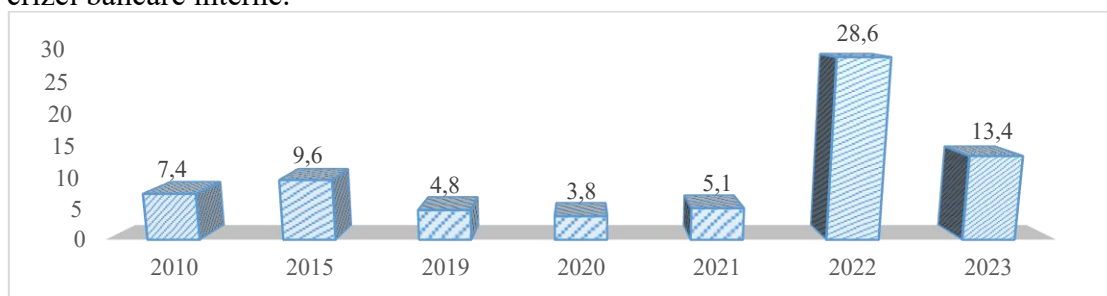


Figura 3. Evoluția inflației în Republica Moldova

Sursa: elaborat de autor

Analizând figura 3, se menționează că anul 2022 a fost caracterizat de un val inflaționist în întreaga Europă, dar Republica Moldova a simțit efectele mult mai puternic. Începând cu 2021, inflația a început să crească gradual în Uniunea Europeană, iar în 2022 această tendință s-a accentuat. În primele patru luni ale anului 2022, inflația în UE a fost de 6,9% comparativ cu aceeași perioadă a anului anterior, o majorare considerabilă față de nivelurile moderate observate în ultimul deceniu, când inflația a rămas, în general, sub 3%. De asemenea, în aceeași perioadă, mai multe economii europene au avut creșteri ale prețurilor de peste 10%, includând Lituania (+14,6%), Estonia (+14,1%), Cehia (+11%) și Letonia (+10,2%). În contrast, Republica Moldova a înregistrat o accelerare mult mai bruscă a inflației, cu o creștere a IPC de 21,1% în primele patru luni ale lui 2022. Proiecțiile BNM pentru anul 2022 sugerează o rată anuală a inflației care va depăși 27%, similară cu nivelul din anul 2000, când prețurile au crescut cu 31%.

Biroul Național de Statistică permite accesul liber a datelor privind Indicii Prețurilor de Consum (IPC) la nivel de țară (ce excepția raioanelor din partea stângă a Nistrului și mun. Bender) în ianuarie – decembrie 2022 față de decembrie 2021 (Tabelul 1):
(Rata inflației = $IPC - 100$)

Tabelul 1. IPC la nivel național în ianuarie-decembrie 2022 față de decembrie 2021

Luna	IPC față de decembrie 2021
Ianuarie	102,77%
Februarie	104,89%
Martie	109,15%
Aprilie	115,22%
Mai	117,57%
Iunie	120,17%
Iulie	121,84%
August	122,93%
Septembrie	124,69%
Octombrie	127,95%
Noiembrie	129,26%
Decembrie	130,24%

Sursa: elaborat de autor după (www.statistica.md)

CONCLUZII

În concluzie, inflația din Republica Moldova a fost profund influențată de o serie de factori atât din afară, cât și din interiorul economiei, rezultând într-o creștere semnificativă a prețurilor începând cu anul 2021. Dependenta de importul de resurse energetice și alimente a expus economia la variațiile piețelor internaționale, în timp ce politicile fiscale, cele monetare și deprecierea monedei naționale au intensificat presiunea inflaționistă. Explozia inflației din 2022, care a atins o rată anuală estimată la peste 27%, a generat consecințe adverse asupra capacității de cumpărare, economiilor și competitivității internaționale a națiunii. Pe termen lung, menținerea inflației sub control va fi legată de aplicarea unor strategii economice eficiente, scăderea vulnerabilității la influențele externe și crearea unui climat economic stabil și previzibil.

REFERINȚE:

1. Basno, C., Dardac, N., & Floricel, C. (2003). *Monedă. Credit. Bănci*. Ed. Didactică și Pedagogică, R.A., București
2. Centrului Analitic Independent- "Expert Group". (n.d.). *Inflația în Republica Moldova: cauze, grupurile vulnerabile și recomandări de politici*. <https://www.expert-grup.org/ro/biblioteca/item/2344-infla%C8%9Bia-%C3%AEnrepublica-moldova-cauze-grupurile-vulnerabile-%C8%99i-recomand%C4%83ri-de-politici>
3. Evoluția inflației în Republica Moldova (n.d.). <https://www.imf.org/external/datamapper/PCPIPCH@WEO/WEOWORLD/VEN/EUQ/EURO>
4. IPC la nivel național în ianuarie-decembrie 2022 față de decembrie 2021. https://statistica.gov.md/ro/statistic_indicator_details/10

Coordonator științific: MĂRGINEANU Aureliu, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: margineanu.aureliu@ase.md

ANALYSIS OF THE STRUCTURE AND DYNAMICS OF EXPENDITURES OF THE NATIONAL PUBLIC BUDGET OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ РАСХОДОВ НАЦИОНАЛЬНОГО ПУБЛИЧНОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

BONDARENCO Anton, student, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: bondarenco.anton@ase.md

Abstract: This article analyses the structure and dynamics of expenditures in the National Public Budget of the Republic of Moldova. The main goal of the study is to identify key trends in budget expenditures, their changes from 2019 to 2023, and their impact on the country's economic stability. The study describes the theoretical foundations of budget expenditures, their structure, and their role in the implementation of state policy. It then examines changes in the dynamics of funding for key expenditure categories such as social protection, education, healthcare, and economic activities. Thus, the study achieves its goal by presenting and analysing the relationship between budget expenditures and macroeconomic processes.

Keywords: national public budget, sources, expenditure items, expenditures, expenditure dynamics.

JEL CLASSIFICATION: H41, E62.

Введение

Современный мир характеризуется высокой степенью нестабильности, что делает экономическую среду динамичной и подверженной частым изменениям. В этих условиях бюджет является важнейшим инструментом экономической политики, позволяя правительству адаптировать финансовые потоки к новым вызовам и поддерживать макроэкономическую стабильность (Аврамчикова, 2024).

Анализ расходов национального публичного бюджета (НПБ) играет ключевую роль в понимании структуры государственных приоритетов и устойчивости финансовой системы. В ходе данного исследования рассматриваются основные статьи расходов НПБ Республики Молдова, а также их динамика за период 2019–2023 годов. Особое внимание уделяется изменению объемов бюджетных расходов и их возможному влиянию на макроэкономическую стабильность страны.

Цель исследования заключается в выявлении основных тенденций в расходах НПБ Республики Молдова, анализе их динамики и оценке влияния на экономику.

Актуальность исследования обусловлена тем, что НПБ является главным инструментом проведения бюджетно-налоговой политики, а его анализ позволяет оценить устойчивость финансовой системы, эффективность перераспределения ресурсов, влияние внешних и внутренних кризисов, а также эффективность налогово-бюджетной политики. В условиях глобальной нестабильности понимание структуры и динамики бюджетных расходов помогает выявить потенциальные риски и выработать рекомендации для повышения экономической устойчивости государства (Мысляева, 2009).

Основная часть

Расходы НПБ играют ключевую роль в обеспечении социально-экономического развития страны. Они представляют собой финансовые средства, направленные на

выполнение различных функций государства, включая обеспечение общественных благ, социальную защиту и развитие инфраструктуры (Мысляева, 2009).

Основными статьями расходов НПБ Республики Молдова являются:

- **Социальная защита** — включает пенсии и социальные пособия.
- **Образование** — финансирование детских садов, школ, колледжей и вузов.
- **Здравоохранение** — государственные больницы, медицинские услуги,

фармацевтические программы.

➤ **Услуги в экономической деятельности** — поддержка сельского хозяйства, дорожное строительство, субсидии бизнесу.

➤ **Государственные услуги основного назначения** — содержание государственного аппарата и т.д. (Министерство Финансов, 2020).

Рассмотрим, какие статьи занимают наибольший удельный вес в бюджете, как изменялись приоритеты государства, а также оценим общие тенденции распределения финансовых ресурсов.

Проанализируем структуру расходов НПБ для того, чтобы определить приоритеты расходов (см. График 1).

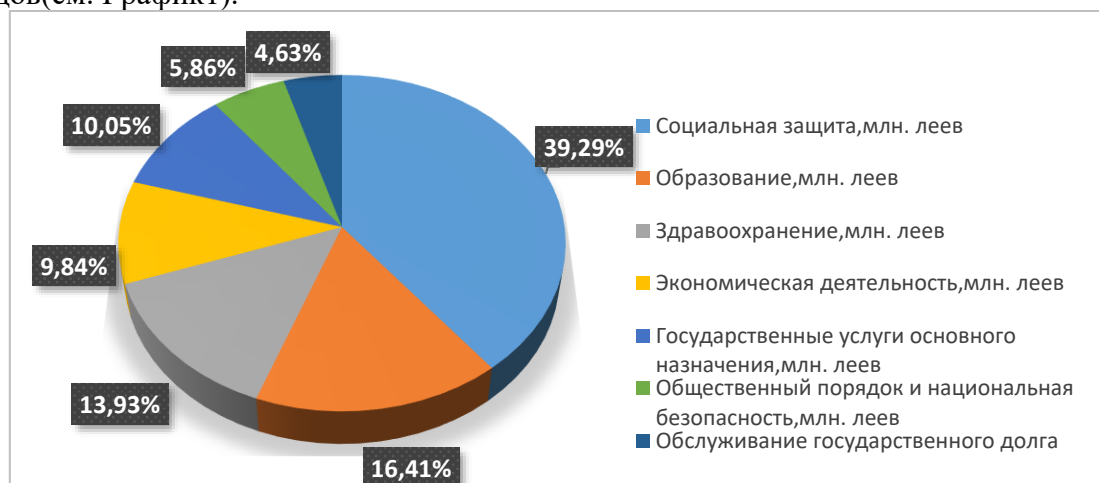


График 1. Структура расходов национального публичного бюджета в процентах от общих расходов (2023 год).

Источник : разработано автором на основе данных Министерства Финансов.

График 1 показывает, что в 2023 году основная часть НПБ Республики Молдова была направлена на **социальную защиту (39,29%)**, что отражает приоритет государства в поддержке населения. Существенные средства выделены на **образование (16,41%)** и **здравоохранение (13,93%)**, что свидетельствует о стабильном финансировании ключевых социальных сфер.

На **экономическую деятельность (9,84%)** и **государственные услуги (10,05%)** направлены умеренные расходы, а **общественный порядок и безопасность (5,86%)**, и также **обслуживание государственного долга (4,63%)** сохранили стабильное финансирование. В целом, бюджет ориентирован на социальные потребности, что подтверждает адаптацию государственной политики к текущим экономическим и социальным вызовам.

Далее проанализируем динамику основных расходов НПБ за 5 лет на основе данных таблицы 1.

В период с 2019 по 2023 год общие расходы НПБ значительно увеличились, с **65975,6 млн леев** в 2019 году до **117871,1 млн леев** в 2023 году, что свидетельствует о росте объема финансирования бюджетных обязательств в ответ на экономические и социальные вызовы. Расходы на **социальную защиту** являются крупнейшей и наиболее динамично растущей статьёй бюджета, увеличившись на 93% за 5 лет. Рост данной категории связан с увеличением поддержки населения в условиях кризисов и инфляционного давления. Расходы на

образование также демонстрируют стабильный рост умеренными темпами: в период с 2019 по 2023 год они увеличились на 55%, что свидетельствует о повышении инвестиций в сферу образования. **Здравоохранение** значительно выросло: в 2021 году его расходы увеличились на 57% из-за последствий пандемии COVID-19, а в 2023 году – ещё на 18% по сравнению с 2021 годом, что обусловлено реформой здравоохранения и ростом заработных плат медицинских сотрудников. Расходы на **обслуживание государственного долга** значительно выросли: в 2022 году они увеличились на 40%, в 2023 году – еще на 100%, а в целом за период 2019-2023 года расходы выросли на 227%. Такой рост свидетельствует о резком увеличении размера государственного долга и соответствующих затрат на его обслуживание.

Таблица 1. Структура расходов национального публичного бюджета Республики Молдова (2019-2023)

Статья расходов	2019	2020	2021	2022	2023
Расходы всего,млн. леев,в т.ч.	65975,6	73269,8	82013,5	100374,2	117871,1
1)Социальная защита,млн. леев	23338,5	26032,3	29425,3	38988,4	44990,3
2)Образование,млн. леев	12121,2	12583,1	13398,2	15857,9	18784,4
3)Здравоохранение,млн. леев	8625	9990,2	13527,8	13655,8	15944,1
4)Экономическая деятельность,млн. леев	7206,5	8885,5	8495,2	10882,5	11264,8
5)Государственные услуги основного назначения,млн. леев	6183,9	6590,8	6828,2	8233,3	11501,5
6)Общественный порядок и национальная безопасность,млн. леев	4322,2	4770,4	5112,3	6274,1	6711,1
7)Обслуживание государственного долга	1619,6	1684,2	1897,3	2645,4	5301,6

Источник: разработано автором на основе данных Министерства Финансов

Таким образом, наибольший процентный рост за период наблюдается в обслуживании государственного долга – его расходы увеличились более чем в 3 раза, с 1619,6 млн леев в 2019 году до 5301,6 млн леев в 2023 году. При этом заметен также значительный рост расходов на социальную защиту (на 93%), здравоохранение (общий рост около 85%, с резким скачком в 2021 и дальнейшем увеличением в 2023 году) и образование (на 55%), что отражает нарастающие инвестиции государства в данные сферы. Остальные статьи расходов демонстрируют умеренную положительную динамику в рассматриваемый период. Для большей наглядности представим динамику в виде графика (см. График 2).

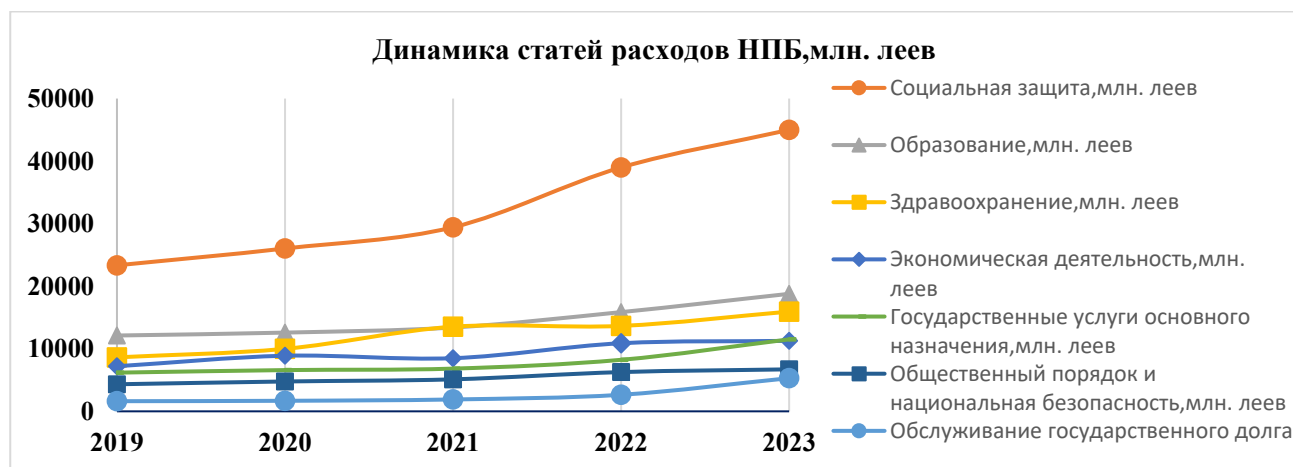


График 2. Динамика статей расходов национального публичного бюджета (2019-2023).

Источник: разработано автором на основе данных Министерства Финансов.

График 2 показывает, что наиболее быстрый рост наблюдается в **социальной защите**, расходы на которую увеличились с 23 338,5 млн леев в 2019 году до 44 990,3 млн леев в 2023 году. Особенно резкий скачок произошел в 2022 году (+32%), что связано с усилением социальной поддержки на фоне повышения цены на газ и инфляции.

Здравоохранение демонстрирует скачкообразную динамику, обусловленную реформами и повышением зарплат медикам. **Образование** росло равномерно, увеличившись с 12 121,2 млн леев в 2019 году до 18 784,4 млн леев в 2023 году, с наибольшим приростом в 2022–2023 годах.

Таким образом, приоритетными направлениями бюджета остаются социальная защита, здравоохранение и образование, однако наибольший процентный рост наблюдается в **обслуживании государственного долга**, что отражает значительное увеличение самого долга и расходов по его обслуживанию.

Для большей наглядности влияния НПБ на социально-экономическое положение в стране проанализируем удельный вес расходов бюджета в ВВП страны (см. График 3).

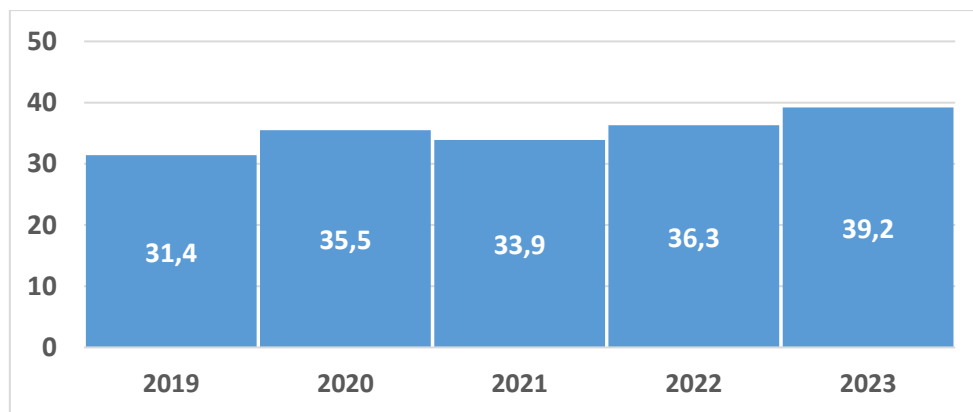


График 3. Динамика удельного веса расходов национального публичного бюджета в % от ВВП (2019–2023 гг.)

Источник: разработано автором на основе данных Министерства Финансов.

За период 2019–2023 гг. удельный вес расходов НПБ в процентах от ВВП Республики Молдова продемонстрировал восходящую тенденцию, увеличившись за 5 лет с 31,4 % до 39,2 %. В 2020 году показатель значительно вырос до 35,5 %, что связано с пандемией COVID-19 и мерами государственной поддержки населения и бизнеса. В 2021 году наблюдалось снижение до 33,9 %, что было вызвано постепенным восстановлением экономики и сокращением экстренных бюджетных расходов. Однако в 2022 году удельный вес расходов вновь увеличился до 36,3 %, а в 2023 году достиг максимального значения в 39,2 %. Такой рост обусловлен мерами по поддержке граждан со стороны государства в ответ на повышение цены на газ, инфляцией, увеличением других социальных обязательств и, как следствие, изменениями в бюджетно-налоговой политике. В целом, динамика показывает тенденцию к усилению роли государства в перераспределении экономических ресурсов и росту бюджетной нагрузки на экономику.

ВЫВОДЫ

За период 2019–2023 гг. удельный вес расходов НПБ от ВВП вырос с 31,4 % до 39,2 %, что отражает усиление роли государства в экономике. Рост расходов обусловлен пандемией COVID-19, инфляцией и энергетическим кризисом 2022 года, вызванным резким повышением цен на газ и военным конфликтом поблизости. Увеличенные траты направлены прежде всего на социальную защиту, здравоохранение, образование и субсидирование энергоресурсов для населения и предприятий. Общие расходы возросли с 65 975,6 млн леев

до 117 871,1 млн леев: социальная защита увеличилась на 93 %, образование – на 55 %, а здравоохранение продемонстрировало скачкообразный. Такая динамика указывает на возрастающую бюджетную нагрузку, что может привести к дефициту и требует корректировки бюджетной политики посредством оптимизации расходов, развития внутренних источников роста и гибкой бюджетно-налоговой политики.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Аврамчикова, Н. Т. (2024). *Государственные и муниципальные финансы* : Москва : Издательство Юрайт.
2. Министерство Финансов (2019). *Raport privind executarea bugetului pentru cetățeni 2019*. <https://www.mf.gov.md/sites/default/files/Raport%20cet%C4%83%C8%9Beni%202019%20m.pdf>
3. Министерство Финансов (2020). *Raport privind executarea bugetului pentru cetățeni 2020*. <https://www.mf.gov.md/sites/default/files/Raport%20pentru%20cet%C4%83%C8%9Beni%202020.pdf>
4. Министерство Финансов (2021). *Raport privind executarea bugetului pentru cetățeni 2021*. <https://www.mf.gov.md/sites/default/files/Raport%20pentru%20cet%C4%83%C8%9Beni%202021.pdf>
5. Министерство Финансов (2022). *Raport privind executarea bugetului pentru cetățeni 2022*. <https://www.mf.gov.md/sites/default/files/Raport%20bugetul%20pentru%20cet%C4%83%C8%9Beni%202022%20a.pdf>
6. Министерство Финансов (2023). *Raport privind executarea bugetului pentru cetățeni 2023*. <https://www.mf.gov.md/sites/default/files/Raport%20pentru%20cet%C4%83%C8%9Beni%202023.pdf>
7. Мысляева, И.Н. (2009). *Государственные и муниципальные финансы*. М.: ИНФРА-М

Coordonator științific: CHICU Nadejda, dr., conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: chicu.nadejda@ase.md

ANALYSIS OF ACCOUNTS RECEIVABLE AND PAYABLE AND THEIR IMPACT ON THE FINANCIAL CONDITION OF THE ENTERPRISE

АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

BONDARENCO Anton, student, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: bondarenco.anton@ase.md

Abstract: *This article analyses the structure of accounts receivable and accounts payable and their impact on the financial performance of the enterprise. The study aims to assess how changes in debt affect the company's liquidity and solvency and to develop recommendations for improving financial management. The paper examines key liquidity indicators and their dynamics, identifying major trends in debt structure changes. The research demonstrates how fluctuations in accounts receivable and accounts payable influence the financial stability of the enterprise and offers practical measures to enhance it.*

Keywords: *accounts receivable, accounts payable, financial condition, debt dynamics.*

JEL CLASSIFICATION: G30, G32, M41, L25.

Введение

В условиях современной экономической нестабильности эффективное управление дебиторской и кредиторской задолженностью становится важным фактором для обеспечения финансовой устойчивости предприятия. Эта проблема является актуальной для предприятий, где объективное распределение финансовых потоков и контроль за движением средств способствуют не только поддержанию ликвидности, но и повышению конкурентоспособности на рынке (Екимова, Шубина, 2014; Пласкова, 2016).

Цель исследования заключается в оценке влияния изменений в дебиторской и кредиторской задолженности на финансовую устойчивость предприятия и разработке рекомендаций по совершенствованию системы управления задолженностью. Для этого необходимо проанализировать динамику и структуру задолженности, выявить ключевые тенденции и проблемные зоны, а также оценить влияние этих изменений на финансовое состояние предприятия.

Объектом исследования является «Tracom» S.A.. Это небольшое государственное предприятие, которое берет свои истоки в 1945 году. Первоначально оно занималось ремонтом двигателей, затем производством запасных частей и тракторов, а в 2011 году на его базе был создан Промышленный парк. В настоящее время «Tracom» S.A. управляет этой территорией, предоставляя предприятиям необходимые условия для работы. Основным видом деятельности компании является распределение электроэнергии, на которое приходится основная часть её доходов. В 2023 году доля предприятия на рынке составила 1,3 %, доход — 31,6 млн леев, а чистая прибыль — 313 160 леев. В компании работает всего 17 человек, что делает её достаточно компактной по численности персонала. Помимо распределения электроэнергии, «Tracom» S.A. предоставляет резидентам промышленного парка услуги по аренде земельных участков, водоснабжению, газоснабжению, интернету и охране территории. Таким образом, предприятие играет важную роль в развитии промышленной инфраструктуры и создании условий для ведения бизнеса в регионе (Tracom S.A., 2025).

Анализ дебиторской и кредиторской задолженности предприятия «Трасом» S.A.

Анализ дебиторской и кредиторской задолженности играет ключевую роль в оценке финансовой устойчивости предприятия. Размеры и структура задолженности непосредственно влияют на платежеспособность организации, её ликвидность и финансовые результаты. Существенное превышение дебиторской задолженности над кредиторской может привести к дефициту оборотных средств, снижению финансовой устойчивости и необходимости привлечения дополнительных источников финансирования. В то же время чрезмерный рост кредиторской задолженности может свидетельствовать о проблемах с ликвидностью и повышенных рисках невыполнения обязательств перед контрагентами (Чернышова, 2017).

Для поддержания стабильного финансового положения важно контролировать состояние расчётов, своевременно анализировать просроченные задолженности и стремиться к диверсификации клиентской базы, снижая зависимость от отдельных заказчиков. В рамках данного раздела будет проведён анализ дебиторской и кредиторской задолженности предприятия «Трасом» S.A., а также оценка его ликвидности и платежеспособности на основе финансовых показателей.

Таблица 1. Структура дебиторской задолженности предприятия «Трасом» S.A.

Состав дебиторской задолженности	2021		2022		2023	
	Сумма, леев	%	Сумма, леев	%	Сумма, леев	%
Текущая коммерческая дебиторская задолженность	4146994	60,19%	7774269	86,17%	4304705	39,46%
Дебиторская задолженность бюджета	30743	0,45%	22244	0,25%	425548	3,90%
Дебиторская задолженность персонала	3324	0,05%	2838	0,03%	155635	1,43%
Прочая текущая дебиторская задолженность	2709169	39,32%	1222740	13,55%	6022322	55,21%
Всего дебиторская задолженность	6890230	100%	9022091	100%	10908210	100%

Источник: разработано автором

Данные таблицы 1 показывают, что дебиторская задолженность предприятия в 2021–2023 годах демонстрировала значительные изменения как в абсолютных значениях, так и в структуре. Общий объём задолженности вырос с 6 890 230 леев в 2021 году до 10 908 210 леев в 2023 году, что указывает на увеличение продаж с отсрочкой платежа или замедление поступлений от контрагентов.

Текущая коммерческая дебиторская задолженность, являющаяся основным компонентом, в 2022 году достигла максимального значения (7 774 269 леев, 86,17 % от общей суммы), однако в 2023 году снизилась до 4 304 705 леев (39,46 %). Это может свидетельствовать о частичном погашении задолженности клиентами или изменении условий продаж.

Прочая текущая дебиторская задолженность, напротив, значительно возросла: с 1 222 740 леев (13,55 %) в 2022 году до 6 022 322 леев (55,21 %) в 2023 году. Такой рост может указывать на увеличение авансов, предоплат или иных краткосрочных обязательств со стороны контрагентов.

Дебиторская задолженность бюджета оставалась незначительной в 2021–2022 годах, но в 2023 году резко увеличилась до 425 548 леев (3,9 %), что может быть связано с возмещением налогов или другими расчетами с государственными органами.

Дебиторская задолженность персонала также возросла – с 2 838 леев в 2022 году до 155 635 леев в 2023 году (1,43 %), что может быть вызвано выдачей краткосрочных займов сотрудникам или увеличением задолженности по заработной плате.

Данные таблицы 2 показывают, что анализ структуры кредиторской задолженности предприятия «Трасом» S.A. за 2021–2023 годы выявляет значительные изменения в составе обязательств. Общий объём кредиторской задолженности увеличился с 1606845 леев в 2021

году до 2797950 леев в 2023 году, снизившись при этом до 872278 леев в 2022 году. В 2021 году основной компонент – текущие коммерческие обязательства – составил 58,72 % общей суммы, а обязательства перед персоналом – 21,73 %. В 2022 году наблюдается существенное изменение: доля обязательств перед персоналом увеличивается до 45,97 %, тогда как текущие коммерческие обязательства снижаются до 27,77 %, что свидетельствует о перераспределении источников финансирования. В 2023 году структура резко меняется – текущие коммерческие обязательства возрастают до 77,74 %, что становится доминирующим элементом, а обязательства перед персоналом сокращаются до 16,63 %.

Таблица 2. Структура кредиторской задолженности предприятия «Tracom» S.A.

Состав кредиторской задолженности	2021		2022		2023	
	Сумма, лей	%	Сумма, лей	%	Сумма, лей	%
Текущие коммерческие обязательства	943546	58,72%	242219	27,77%	2175217	77,74%
Текущие авансы полученные	7134	0,44%	9590	1,10%	28216	1,01%
Обязательства перед персоналом	349220	21,73%	400988	45,97%	465412	16,63%
Обязательства по соц. и мед. страх.	79927	4,97%	62001	7,11%	99582	3,56%
Обязательства перед бюджетом	98785	6,15%	133800	15,34%	29523	1,06%
Обязательства перед собственниками	99949	6,22%	13877	1,59%	0	0,00%
Прочие текущие обязательства	28284	1,76%	9803	1,12%	0	0,00%
Всего кредиторская задолженность	1606845	100%	872278	100%	2797950	100%

Источник: разработано автором

Кроме того, обязательства перед бюджетом уменьшаются с 6,15 % в 2021 году до 1,06 % в 2023 году, а задолженность перед собственниками полностью исчезает. Такие изменения указывают на смещение акцентов в кредиторской базе предприятия в сторону коммерческих обязательств, что может отражать изменения в условиях расчетов с поставщиками и контрагентами.

Изменения в структуре кредиторской задолженности, представленные в таблице 2, непосредственно влияют на общую финансовую устойчивость предприятия. Рост доли текущих коммерческих обязательств и сокращение остальных категорий обязательств могут оказывать влияние на способность предприятия оперативно выполнять свои краткосрочные финансовые обязательства. Таблица 3 демонстрирует основные показатели платёжеспособности, позволяющие оценить, насколько изменения в кредиторской базе коррелируют с динамикой ликвидности предприятия.

Таблица 3. Основные показатели платёжеспособности баланса предприятия «Tracom» SA.

Показатель	Норм. значения	2021	2022	2023	Отклонения	
					2022 к 2021	2023 к 2022
Текущая ликвидность	2-2,5	13	24	8	11	-16
Промежуточная ликвидность	0,7-0,8	13	25	8	11	-16
Абсолютная ликвидность	0,2-0,25	8	13	4	5	-9

Источник: разработано автором

Из таблицы 3 видно, что показатель текущей ликвидности увеличивается с 13 в 2021 году до 24 в 2022 году. Затем в 2023 году этот показатель снижается до 8, то есть уменьшается на 16. Это связано, в основном, с уменьшением кредиторской задолженности предприятия «Tracom» S.A. с 1606845 леев в 2021 до 842278 леев в 2022, и затем увеличением текущей задолженности предприятия до 2797950 леев в 2023 году. Показатель промежуточной ликвидности тоже увеличивается с 13 в 2021 году до 25 в 2022 году, а затем снижается до 8 в 2023, что помимо изменений в кредиторской задолженности вызвано

увеличением дебиторской задолженности с 7158723 леев в 2021 году до 9469814 леев в 2022 году, а также уменьшением текущих финансовых инвестиций с 10000000 леев в 2022 году до 0 в 2023 году. Показатель абсолютной ликвидности тоже повышается в 2022 году, с 8 в 2021 году до 13, а затем в 2023 году снижается до 4. Увеличение абсолютной ликвидности в 2022 году вызвано уменьшением кредиторской задолженности, а снижение этого показателя до 4 обусловлено уменьшением текущих финансовых инвестиций до 0 в 2023 году.

Таким образом, все текущая, промежуточная и абсолютная ликвидность в течении 3 лет превышают соответствующие нормативные значения и у всех показателей по сравнению с 2021 годом наблюдается рост почти в 2 раза в 2022 году и уменьшением по сравнению с 2022 годом в 3 раза в 2023 году. Это свидетельствует о нестабильности в управлении ликвидностью предприятия и необходимости оптимизации структуры активов и обязательств. Для поддержания финансовой устойчивости «Tracom» S.A. следует усилить контроль за дебиторской и кредиторской задолженностью и рассмотреть возможности по восстановлению краткосрочных финансовых инвестиций.

Выводы и рекомендации

Исследование показало, что динамика дебиторской и кредиторской задолженности предприятия «Tracom» S.A. существенно влияет на его краткосрочную финансовую устойчивость.

По результатам проведенного анализа дебиторской и кредиторской задолженности можно дать следующие рекомендации:

1. Усилить контроль за дебиторской задолженностью для оптимизации управления.
2. Пересмотреть условия кредитования.
3. Сократить сроки платежей.
4. Диверсифицировать клиентскую базу.
5. Установить жесткие лимиты на коммерческие обязательства.

Таким образом, комплексный подход к управлению дебиторской и кредиторской задолженностью позволит снизить финансовые риски, улучшить ликвидность, повысить оперативную платежеспособность предприятия, а также будет способствовать стабилизации оборотных средств и укреплению финансовой устойчивости «Tracom» S.A.

Библиография:

1. Agenția Proprietății Publice (2021). *Situații financiare anuale Tracom 2021*. <https://app.gov.md/wp-content/uploads/2023/12/SF2021-26.pdf>
2. Agenția Proprietății Publice (2022). *Situații financiare anuale Tracom 2022*. <https://app.gov.md/wp-content/uploads/2023/12/SF2022-25.pdf>
3. Agenția Proprietății Publice (2023). *Situații financiare anuale Tracom 2023*. <https://app.gov.md/wp-content/uploads/2023/12/SF-2023-71.pdf>
4. Tracom S.A. (2025). <https://tracom.md/pi-tracom/about-us/> Екимова, К.В., & Шубина, Т.В. (2014). *Финансы организаций (предприятий)*. М.: Инфра-М
5. Пласкова, Н.С. (2016). *Финансовый анализ деятельности организации*. М.: Инфра-М
6. Чернышова, Ю.Г. (2017). *Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации)*. М.: Инфра-М

Coordonator științific: SUVOROVA Iulia, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: (022) 402-772
e-mail: suvorova.iulia@ase.md

FINANCIAL STABILITY AND CASH FLOW MANAGEMENT EFFICIENCY

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ

CURU Anna, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: curu.anna@ase.md

Abstract: *The financial stability of an enterprise plays a key role in ensuring its long-term development and competitiveness. Effective cash flow management helps reduce financial risks, improve liquidity and increase the company's profitability. In today's conditions of increasing economic instability, financial management requires a comprehensive approach and strategic planning. The study confirms that strong financial stability and effective cash flow management enhance business resilience, profitability, and investment attractiveness. Proper liquidity control prevents cash shortages, while strategic financial planning mitigates risks. Optimizing working capital and using modern financial tools improve efficiency. However, challenges like market volatility and rising borrowing costs require continuous financial monitoring and adaptability for long-term success.*

Keywords: *financial stability, cash flow management, liquidity, financial analysis.*

JEL CLASSIFICATION: G32

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность финансовой устойчивости и эффективности управления денежными потоками в современных условиях крайне высока. В условиях экономической нестабильности и кризисов эффективное управление денежными потоками помогает избежать финансовых проблем, поддерживает ликвидность и обеспечивает гибкость бизнеса. Это также повышает инвестиционную привлекательность, оптимизирует затраты и способствует рентабельности. Финансовая устойчивость важна для поддержания доверия со стороны инвесторов и кредиторов, а также для адаптации к цифровым изменениям в управлении финансами.

Финансовая устойчивость предприятия отражает его способность сохранять стабильное финансовое положение, выполнять обязательства перед кредиторами и инвесторами, а также адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям. Рациональное управление денежными потоками позволяет обеспечить баланс между доходами и расходами, минимизировать финансовые потери и повысить инвестиционную привлекательность компании.

Целью работы является анализ факторов, влияющих на финансовую устойчивость предприятия, а также рассмотрение основных методов управления денежными потоками. В данной работе использованы несколько методов исследования: *сравнение, анализ и обобщение*.

Объектом исследования является предприятие „Coffee Point” S.R.L. „Coffee Point” S.R.L. – сеть кофеен формата to-go, специализирующаяся на продаже свеже сваренного кофе, чая и сопутствующих товаров. Компания ориентируется на динамичный городской ритм, предлагая клиентам качественные напитки с быстрым обслуживанием. Основные конкурентные преимущества – высокое качество продукции, удобное расположение точек и доступные цены. Бизнес-модель основана на эффективном управлении затратами, оптимизации денежных потоков и постоянном повышении уровня сервиса.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Финансовая устойчивость и эффективное управление денежными потоками являются ключевыми факторами стабильного развития бизнеса, особенно в условиях конкурентного рынка. Компании общественного питания, такие как **Coffee Point**, сталкиваются с колебаниями спроса, изменением цен и операционных затрат, что требует грамотного подхода к управлению финансами.

Для оценки текущего состояния и поиска путей повышения эффективности необходимо проанализировать основные показатели деятельности предприятия. Это позволит выявить ключевые финансовые риски и разработать рекомендации для их минимизации.

Ниже изображена таблица, отражающая основные показатели деятельности компании за период 2021-2023 гг.

Таблица 1. Основные показатели деятельности Coffee Point

Год	Доход от продаж (MDL)	Чистая прибыль (MDL)	Количество работников
2021	7.44 млн.	1.96 млн.	4
2022	15.81 млн.	3.93 млн.	7
2023	23 млн.	7.18 млн.	12

Источник: разработано автором

Проанализировав данную таблицу, можно отметить положительную динамику роста выручки и прибыли. Доход от продаж **Coffee Point** демонстрирует устойчивый рост:

- В 2022 году он увеличился более чем в **2 раза** по сравнению с 2021 годом (с **7.44 млн. MDL** до **15.81 млн. MDL**).
- В 2023 году рост продолжился, достигнув **23 млн. MDL**, что на **45.5%** больше, чем в 2022 году.

Чистая прибыль также увеличивается пропорционально доходу, что свидетельствует о рентабельности бизнеса:

- В 2022 году прибыль выросла в **2 раза** по сравнению с 2021 годом (**1.96 млн. MDL** → **3.93 млн. MDL**).
- В 2023 году прибыль достигла **7.18 млн. MDL**, что на **82.7%** больше, чем в 2022 году.

Количество работников выросло с **4** в 2021 году до **12** в 2023 году. Это указывает на расширение бизнеса, открытие новых точек или увеличение нагрузки на персонал в связи с ростом объема продаж.

Компания **Coffee Point** демонстрирует динамичное развитие, характеризующееся значительным ростом доходов и чистой прибыли. Увеличение численности сотрудников подтверждает расширение бизнеса. Эффективное управление денежными потоками и финансовая устойчивость позволяют компании успешно развиваться, что делает ее перспективной в долгосрочной перспективе. Однако для дальнейшего роста важно контролировать расходы и повышать операционную эффективность.

Анализ представленных данных показывает стабильный рост доходов и чистой прибыли **Coffee Point** за 2021–2023 годы. Для наглядного представления динамики изменений построим график, отображающий соотношение дохода от продаж и чистой прибыли по годам. Это позволит лучше визуализировать темпы роста и оценить эффективность финансового управления компании.

После анализа диаграммы (Рис.1), которая наглядно отображает динамику чистого дохода от продаж и прибыли компании **Coffee Point**, можно сделать выводы о позитивной тенденции роста этих показателей. Для более глубокого понимания финансовой ситуации предприятия следует перейти к таблице 2, где представлены важные коэффициенты и показатели, такие как доля рынка, изменение объемов продаж и себестоимости. Эти данные помогут более детально оценить эффективность работы компании в условиях рыночной конкуренции.

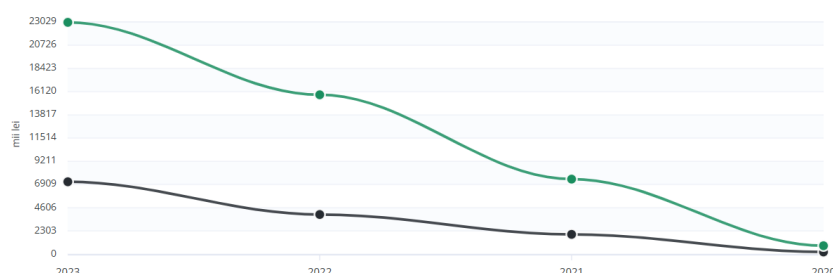


Рисунок 1. Динамика чистого дохода от продаж и прибыли

Источник: разработано автором

Таблица 2. Общие индикаторы деятельности Coffee Point

KPI	2023	2022	2021
Доля рынка, %	1.22 [0.45]▲	1.08 [0.46]▲	0.8 [0.6]
Изменение объемов продаж, %	45.46 [24.55]▼	112.5 [38.78]▼	796.97 [48.88]
Изменение себестоимости продаж, %	122.89 [20.12]▲	109.32 [36.33]▼	732.29 [39.23]

Источник: разработано автором

Проанализировав данную таблицу, можно отметить, что доля рынка **Coffee Point** увеличивается ежегодно: с **0.8%** в 2021 году до **1.22%** в 2023 году. Это свидетельствует о росте конкурентоспособности и расширении присутствия компании на рынке.

В 2021 году объем продаж увеличился почти **в 8 раз (796.97%)**, что связано с активным выходом компании на рынок. В 2022 году темпы роста продаж снизились до **112.5%**, а в 2023 – до **45.46%**, что указывает на постепенное насыщение рынка.

В 2021 году себестоимость продаж увеличилась на **732.29%**, что оправдано масштабированием бизнеса. В 2022 году темп роста снизился до **109.32%**, но в 2023 снова ускорился до **122.89%**, что может говорить о росте затрат на сырье, аренду или зарплаты.

Таким образом, можно сделать вывод, что **Coffee Point** успешно расширяет свою долю на рынке, но темпы роста продаж замедляются. Рост себестоимости требует контроля, чтобы сохранить прибыльность бизнеса. К тому же компания должна сосредоточиться на повышении операционной эффективности, снижении затрат и удержании клиентов для дальнейшего устойчивого роста.

Таблица 3. Финансовые коэффициенты деятельности Coffee Point

KPI	2023	2022	2021
Коэфф-т текущей ликвидности	11.98 [1.53]▲	4.09 [1.32]▼	30.85 [1.01]
Коэфф-т быстрой ликвидности	4.35 [0.9]▲	2.37 [0.77]▼	25.71 [0.37]
Коэффициент финансовой зависимости, %	26.52 [53.16]▲	13.71 [65.44]▲	2.33 [88.34]
Коэфф-т задолженности	0.36 [0.41]▲	0.16 [0.52]▲	0.02 [0.34]
Рентабельность продаж, % (ROS)	35.5 [13.32]▲	28.26 [9.16]▼	29.53 [5.02]
Рентабельность собственного капитала % (ROE)	90.37 [45.06]▲	64.46 [42.83]▼	90.34 [25.78]
Прибыль от основной деятельности, %	35.95 [12.68]▲	28.24 [9.29]▲	27.59 [4.67]
Средний период погашения дебиторской задолженности, дней	25 [22]▲	13 [19]▼	50 [15]▼
Средний период погашения кредиторской задолженности, дней	79 [178]▲	59 [200]▲	7 [291]▼

Источник: разработано автором

Коэффициент текущей ликвидности в 2023 году (11.98) значительно увеличился по сравнению с 2022 (4.09) и 2021 (30.85). Высокие значения этого коэффициента указывают на то, что у компании есть достаточные оборотные средства для покрытия краткосрочных обязательств, но резкие колебания между годами могут свидетельствовать о нестабильности ликвидности.

Коэффициент быстрой ликвидности также увеличился в 2023 году (4.35), что подтверждает наличие высокой ликвидности. Однако его снижение в 2022 году и увеличение в 2023 также указывает на нестабильность ликвидности.

Коэффициент финансовой зависимости в 2023 году (26.52%) повысился, но все еще остается на низком уровне по сравнению с 2021 годом (2.33%), что свидетельствует о снижении зависимости от заемных средств и улучшении финансовой устойчивости.

Коэффициент задолженности также увеличился в 2023 году (0.36), что может указывать на рост долговой нагрузки, хотя он по-прежнему остается достаточно низким.

Рентабельность продаж (ROS) повысилась в 2023 году (35.5%), что свидетельствует о хорошем уровне прибыли от продаж по сравнению с объемами продаж.

Рентабельность собственного капитала (ROE) в 2023 году достигла 90.37%, что является отличным результатом и показывает высокую отдачу от использования собственного капитала.

Прибыль от основной деятельности также увеличилась в 2023 году (35.95%), что подтверждает стабильный рост прибыльности основной деятельности компании.

Средний период погашения дебиторской задолженности увеличился в 2023 году до 25 дней (с 13 дней в 2022 году), что может свидетельствовать о замедлении расчетов с клиентами, что стоит внимательно контролировать.

Средний период погашения кредиторской задолженности также увеличился в 2023 году (79 дней), что может указывать на возможные проблемы с оплатой долгов перед поставщиками, несмотря на улучшение финансовых показателей компании.

Таким образом, компания демонстрирует улучшение ликвидности, но нестабильность коэффициентов указывает на необходимость более эффективного контроля за текущими активами и обязательствами. Рентабельность компании улучшилась, что подтверждается ростом показателей ROS, ROE и прибыли от основной деятельности, свидетельствуя о высокой эффективности управления. Рост коэффициента задолженности и увеличенные сроки погашения задолженности могут быть сигналами о росте финансовых рисков, которые следует контролировать для поддержания стабильности бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Финансовая устойчивость и грамотное управление денежными потоками являются ключевыми факторами стабильного развития предприятия. Компании, способные поддерживать баланс между собственными и заемными средствами, эффективно контролировать ликвидность и прогнозировать движение денежных средств, демонстрируют более высокую прибыльность и инвестиционную привлекательность.

Несмотря на преимущества эффективного управления денежными потоками, предприятия сталкиваются с рядом вызовов, включая рост стоимости заемных средств, нестабильность рынка и изменения в налоговом и финансовом законодательстве. Для успешного преодоления этих трудностей необходимо не только вести детальный финансовый анализ, но и разрабатывать стратегические планы на долгосрочную перспективу.

Таким образом, финансовая устойчивость предприятия и эффективное управление денежными потоками являются не только показателями текущего состояния компании, но и важнейшими условиями ее дальнейшего роста, конкурентоспособности и устойчивого развития.

ИСТОЧНИКИ:

1. Капанадзе Г. Д. (n.d.). *Финансовая устойчивость предприятия как важнейший фактор экономической стабильности*. <https://www.dissercat.com/content/finansovaya-ustoichiovst-predpriyatiya-kak-vazhneishii-faktor-ekonomicheskoi-stabilnosti>
2. Национальное Бюро Статистики, финансовые результаты деятельности предприятия „Coffee Point” S.R.L. (2025). www.statistica.md

3. Общая информация о финансовых результатах предприятия „Coffee Point” S.R.L. (2025). <https://infobiz.md/ru/1020600001200/societatea-cu-raspundere-limitata-coffee-point>
4. Правила эффективного управления денежными потоками в бизнесе. (2024). <https://romeinvest.ru/blog/pravila-effektivnogo-upravleniya-denezhnymi-potokami-v-biznese/>

Coordonator științific: SUVOROVA Iulia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: (022) 402-772
e-mail: suvorova.iulia@ase.md

TAX OBLIGATIONS FOR ONLINE SALES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

OBLIGAȚIILE FISCALE PENTRU VÂNZĂRILE ONLINE ÎN CONTEXTUL DIGITALIZĂRII

DĂNILĂ Daniela, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: danila.daniela@ase.md

Abstract: The research addresses the evolving tax obligations for online sales in the context of digitalization. As e-commerce continues to grow globally, governments face challenges in ensuring compliance with tax regulations. The primary aim of this study is to analyze the impact of digitalization on fiscal policies and the adaptation of tax obligations for online businesses. The research also explores how digital technologies can enhance tax compliance and transparency in the online market. The methodology used includes a documentary analysis of accounting and tax legislation, normative comparison, and the study of relevant sources, including scientific articles and specialized literature. Key findings suggest that while digitalization improves tracking and reporting of transactions, it also creates new challenges in regulating and ensuring the compliance with the law. Additionally, the research reveals that collaboration between tax authorities and online platforms is essential for enhancing tax compliance and reducing fraud. This study highlights the need for continuous updates to tax policies to keep pace with the rapidly evolving digital economy.

Key words: tax obligations, e-commerce, digitalization, online markets

JEL CLASSIFICATION: G19

INTRODUCERE

Comerțul electronic a evoluat rapid în ultimele decenii, transformându-se într-o componentă esențială a economiei globale. Digitalizarea accelerată și inovațiile tehnologice au permis dezvoltarea unor piețe online extinse, facilitând accesul comercianților la un public global, fără a mai fi constrânși de barierele geografice tradiționale. Această revoluție digitală a modificat fundamental felul în care sunt realizate tranzacțiile comerciale, aducând atât oportunități semnificative, cât și provocări considerabile, în special în domeniul reglementării fiscale. Pe măsură ce comerțul electronic a crescut, autoritățile fiscale din întreaga lume s-au confruntat cu dificultăți în ceea ce privește impozitarea vânzărilor online și aplicarea TVA-ului. Lipsa unor reglementări fiscale uniforme și diversitatea modelelor de afaceri digitale fac necesară o reevaluare constantă a normelor fiscale și a mecanismelor de conformare, pentru a asigura o impozitare corectă și eficientă a tranzacțiilor desfășurate în mediul online. În acest context, cercetarea își propune să analizeze principalele obligații fiscale asociate vânzărilor online, cu un accent deosebit pe reglementările referitoare la TVA, dar și impactul acestor reglementări asupra comercianților și consumatorilor. Obiectivele principale ale acestui studiu includ identificarea provocărilor cu care se confruntă autoritățile fiscale în gestionarea vânzărilor online și analiza actelor normative care garantează corectitudine în era digitală.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Comerțul electronic este o formă de activitate economică desfășurată de persoane fizice și juridice, care implică vânzarea de bunuri, executarea de lucrări sau prestarea de servicii prin intermediul comunicării electronice și/sau al contractelor digitale. Aceasta nu constituie un domeniu separat de activitate, reprezentând o modalitate modernă de comercializare a produselor și serviciilor prin mijloace electronice. Astfel, un magazin online operează pe aceleași principii ca unul tradi-

țional, însă toate etapele, de la prezentarea produselor și plasarea comenzilor până la achiziționare, au loc exclusiv în mediul virtual, printr-o platformă web. Conform nomenclatorului unităților comerciale care practică comerțul cu amănuntul, un magazin online este definit ca o pagină web care permite promovarea produselor sau serviciilor, acceptarea comenzilor și oferirea opțiunilor de plată și livrare pentru utilizatori.

Potrivit prevederilor Legii Nr. 231 privind comerțul interior, comercianții au obligația de a notifica administrația publică locală înainte de a începe activitatea comercială. Conform articolului 14 din aceeași lege, vânzarea produselor poate începe imediat după trimiterea notificării către autoritățile locale (Legea Nr. 231, 2010).

În procesul de înregistrare a unei entități juridice, Agenția Servicii Publice asigură automat înregistrarea fiscală, statistică, medicală și socială a acesteia. Proprietarul unui magazin online trebuie să respecte obligațiile fiscale, inclusiv emiterea bonurilor fiscale, gestionarea evidenței contabile și achitarea taxelor, în aceleași condiții ca și un magazin fizic. Înregistrarea unei persoane juridice și a sucursalelor acesteia se realizează într-o zi lucrătoare, în termen de 24 de ore din momentul depunerii documentelor necesare. Taxa standard percepută pentru această procedură este de 1149 lei. Dacă solicitantul optează pentru o urgentare a procesului, timpul de înregistrare se reduce la 4 ore, iar taxa crește de patru ori, ajungând la 4596 lei.

Un magazin online poate fi deschis atât de producătorii de bunuri, cât și de orice persoană care dorește să intermedieze vânzarea acestora, fie prin achiziționarea produselor de la furnizori locali, fie prin import. Activitatea de comerț electronic este reglementată de aceleași norme legale care se aplică oricărei activități economice, incluzând obligațiile legate de înregistrarea afacerii, evidența contabilă și plata impozitelor. Pentru a desfășura activitatea de întreprinzător prin intermediul unui magazin online, este necesară parcurgerea unor pași esențiali. În primul rând, subiecții trebuie să efectueze înregistrarea de stat, urmată de deschiderea unui cont bancar. Contul devine activ numai după luarea la evidență de către Serviciul Fiscal de Stat.

În funcție de specificul activității comerciale, poate fi necesară obținerea unor acte permisiive, cum ar fi licențe, autorizații sau certificate. Conform prevederilor Legii nr. 220, în cazul în care vânzarea bunurilor, prestarea serviciilor sau executarea lucrărilor necesită licență, activitatea de comerț electronic poate începe doar după obținerea acesteia (Legea Nr. 220, 2007).

După îndeplinirea formalităților legale, urmează dezvoltarea platformei online și publicarea informațiilor despre produsele și serviciile oferite. Aceste informații trebuie prezentate clar și detaliat, incluzând descrierea produselor, prețurile și condițiile de vânzare sau prestare a serviciilor. Tot în această etapă se stabilesc și metodele de plată disponibile, cele mai utilizate fiind plata cu cardul bancar direct pe site, plata în numerar sau plata prin card de credit.

Pentru conformitate legală, documentele fiscale care atestă achitarea și livrarea produselor trebuie gestionate corect, incluzând bonuri fiscale, facturi la cerere și avize de însoțire. Echipamentele de casă și de control trebuie înregistrate la Serviciul Fiscal de Stat, conform Hotărârii de Guvern nr. 141 (Hotărârea de Guvern Nr. 141, 2019). Conform articolului 69 din Codul Fiscal al Republicii Moldova, contribuabilii care desfășoară activități economice sunt obligați să utilizeze echipamente de casă și de control care sunt conectate la Sistemul informațional automatizat „Monitorizarea electronică a vânzărilor” (Codul Fiscal, 1997). Aceste echipamente sunt necesare pentru a documenta corect procesul de comercializare a bunurilor, iar darea de seamă fiscală referitoare la impozitul pe venit trebuie să fie întocmită utilizând, fără excepție, metode automatizate de raportare electronică. Astfel, procesul de raportare fiscală nu mai poate fi realizat prin metode tradiționale sau manuale, iar toți contribuabilii sunt obligați să utilizeze platformele electronice pentru a trimite declarațiile fiscale.

Nivelul taxei aplicabile unităților comerciale și prestatorilor de servicii este determinat de autoritățile locale, ținând cont de caracteristicile specifice ale activității supuse impozitării. De exemplu, în municipiul Chișinău, pentru anul 2025, taxa stabilită pentru unitățile de comerț cu amănuntul care operează prin case de comenzi sau prin internet (inclusiv magazine online și unități de

comerț electronic) este de 9350 de lei (Caduc, 2023). Totodată, producătorii locali care vând fructe și legume proprii prin intermediul platformelor online sunt scutiți integral de această taxă.

Conform Deciziei Consiliului Municipal Chișinău nr. 16/1 din 20 ianuarie 2025 privind taxele locale pentru anul 2025, magazinele online și unitățile de comerț electronic care își înregistrează pentru prima dată activitatea beneficiază de o reducere de 50% din taxa standard (Decizia Consiliului Municipal Chișinău, 2025). Contribuabilii au obligația de a efectua plata taxelor locale în conturile trezoreriale destinate veniturilor bugetului local.

Potrivit anexei la Titlul VII din Codul Fiscal, care reglementează taxele locale, termenele de achitare și de depunere a declarațiilor fiscale sunt stabilite trimestrial, plățile fiind efectuate până la data de 25 a lunii următoare încheierii fiecărui trimestru de gestiune (Codul Fiscal, 1997).

Potrivit Legii Nr. 284 privind serviciile societății informaționale, subiecți ai raporturilor aferente furnizării de servicii ale societății informaționale pot fi persoanele fizice și juridice, inclusiv străine, indiferent de tipul de proprietate și forma juridică de organizare, cu excepția persoanelor care desfășoară activitate în baza patentei de întreprinzător, precum și statul ca subiect de drept, care participă la raporturile aferente furnizării de servicii ale societății informaționale în calitate de furnizori de servicii, destinatari ai serviciilor și intermediari în raporturile aferente furnizării de servicii ale societății informaționale (Legea Nr. 284, 2004).

Obiecte ale raporturilor aferente furnizării de servicii ale societății informaționale pot fi bunurile ce pot fi înstrăinate conform prevederilor legale, lucrările și serviciile.

În ceea ce privește livrarea de servicii prin intermediul rețelelor electronice, dacă acestea sunt prestate de către nerezidenți care desfășoară activitate de întreprinzător în Republica Moldova, fără a deține o formă organizatorico-juridică pe teritoriul țării, obiectul impozabil în acest caz reprezintă însăși acțiunea de livrare a serviciilor. În ceea ce privește valoarea impozabilă a serviciilor prestate prin rețele electronice de către subiecții impozabili, aceasta reprezintă suma achitată de către cumpărători, fără T.V.A. Termenul obligației fiscale pentru aceste servicii este considerat a fi data efectuării plății, care include și plățile efectuate în avans. Mai mult, nerezidentul care prestează astfel de servicii în fața persoanelor fizice rezidente din Republica Moldova se consideră înregistrat ca plătitor de T.V.A. din momentul în care i se atribuie un cod fiscal. În cazul în care subiectul care desfășoară activitate de întreprinzător preconizează să efectueze livrări impozabile de bunuri sau servicii, acesta are dreptul de a se înregistra ca plătitor de T.V.A., iar înregistrarea va deveni efectivă începând din prima zi a lunii următoare depunerii cererii de înregistrare la Serviciul Fiscal de Stat. De asemenea, un subiect care beneficiază de import de servicii (cu excepția celor scutite de T.V.A. și care nu pot fi deduse) și care realizează livrări de bunuri sau servicii, al căror total depășește 1,2 milioane de lei într-o perioadă de 12 luni consecutive, este obligat să se înregistreze ca plătitor de T.V.A.

Pentru toți contribuabilii, declarația privind T.V.A. trebuie depusă utilizând metode automatizate de raportare electronică, iar fiecare subiect impozabil care se încadrează în cerințele prevăzute de legislație are obligația de a prezenta această declarație pentru fiecare perioadă fiscală în care au avut loc livrări impozabile. Declarația se întocmește conform formularului aprobat de Serviciul Fiscal de Stat și trebuie depusă prin intermediul cabinetului electronic personal al contribuabilului, până la data de 25 a lunii care urmează după încheierea perioadei fiscale. De asemenea, fiecare subiect impozabil are obligația de a plăti suma de T.V.A. datorată pentru fiecare perioadă fiscală, iar această plată trebuie realizată cel târziu în ziua în care declarația respectivă trebuie depusă.

În cadrul vânzărilor cu amănuntul și prestările de servicii, inclusiv comerțul electronic, factura fiscală nu este obligatorie, exceptând cazurile în care este solicitată de cumpărător, fiind emisă cel târziu la sfârșitul lunii livrării. Subiecții impozabili trebuie să înregistreze încasările în numerar și fără numerar la fiecare punct comercial, utilizând echipamente de casă și de control, iar plățile trebuie procesate prin bănci. Înregistrarea prin echipamentele de casă și de control trebuie efectuată în momentul în care se primește suma în numerar sau se achită suma prin instrumente de plată fără numerar. Totuși, în cazul în care plățile se fac prin instrumente de plată fără numerar în cadrul comerțului electronic, înregistrarea se va face conform altor reglementări stabilite de autoritățile fiscale.

Persoanele juridice și persoanele fizice care desfășoară activitate de întreprinzător, inclusiv cei care practică activitate profesională sau desfășoară activitate independentă, au obligația de a depune Declarația privind impozitul pe venit în termen de până la 25 a lunii a treia după încheierea perioadei fiscale de gestiune. Această obligație se aplică și în cazul vânzărilor online, indiferent de forma de desfășurare a activității comerciale. În cazul comerțului electronic, contribuabilii care realizează vânzări online trebuie să depună Declarația/Darea de seamă privind impozitul pe venit la Serviciul Fiscal de Stat, utilizând exclusiv mijloace electronice. Comercianții sunt obligați să prezinte declarația privind impozitul pe venit, indiferent de existența unei obligații fiscale de achitare a impozitului.

Începând cu 24 martie 2025, bunurile primite prin colete poștale internaționale în Republica Moldova, cu o valoare între 150 și 1.000 de euro, pot fi declarate online, fără a mai fi necesară deplasarea la birourile vamale sau utilizarea serviciilor de brokeraj. Noua soluție digitală, disponibilă pe Portalul Public al Serviciului Vamal, permite completarea și transmiterea electronică a declarației vamale, cu instrucțiuni detaliate incluse. După verificare și calcularea drepturilor de import, plata poate fi efectuată prin MPay, iar coletul este livrat direct la destinație. Această digitalizare sporește rapiditatea, siguranța și accesibilitatea serviciilor vamale, oferind mai multă transparență și reducând timpul necesar pentru procesare.

CONCLUZII

În contextul digitalizării, obligațiile fiscale pentru vânzările online au evoluat semnificativ, impunând comercianților să adopte noi mecanisme de conformare. Digitalizarea a permis o mai bună urmărire a tranzacțiilor, prezentând și neconformări privind respectarea normelor fiscale. În acest sens, autoritățile fiscale au început să colaboreze mai strâns cu platformele online pentru a asigura transparența și prevenirea fraudelor. În final, dezvoltarea unor soluții tehnologice eficiente și transparente va contribui la un sistem fiscal mai echitabil și adaptat economiei digitale. Aceste soluții vor asigura nu doar o colectare mai eficientă a impozitelor, dar și un mediu de afaceri mai corect pentru toți agenții economici.

REFERINȚE:

1. Codul Nr. 1163 din 24-04-1997 Cod Fiscal al Republicii Moldova.
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146721&lang=ro;
2. Caduc, S. (2023). Comerțul electronic: aspecte contabile și fiscal. *ISSC, Prospects of Accounting Development: The Young Researcher's View*, 330-335. [https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/2708;](https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/2708)
3. Decizia Consiliului Municipal Chișinău Nr. 16/1 din 20 ianuarie 2025.
[https://comert.chisinau.md/public/files/taxe/8_20.01.2025.pdf;](https://comert.chisinau.md/public/files/taxe/8_20.01.2025.pdf)
4. Hotărârea Nr. 141 din 27-02-2019 cu privire la aplicarea echipamentelor de casă și de control la efectuarea decontărilor. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146664&lang=ro#;
5. Legea Nr. 220 din 19-10-2007 privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a întreprinzătorilor individuali.
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=147657&lang=ro#;
6. Legea Nr. 231 din 23-09-2010 cu privire la comerțul interior.
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112409&lang=ro;
7. Legea Nr. 284 din 22-07-2004 privind serviciile societății informaționale.
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136394&lang=ro.

Coordonator științific: BERGHE Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: 022402895
e-mail: berghe.nadejda@ase.md

DYNAMICS AND CHALLENGES OF THE BUDGET PROCESS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

DINAMICA ȘI PROVOCĂRILE PROCESULUI BUGETAR ÎN REPU- BLICA MOLDOVA

GARȘTEA Adrian, student, specialitatea: Marketing și Logistică

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: garstea.adrian@ase.md

Abstract: *Procesul de elaborare a bugetului constituie un mecanism esențial pentru administrarea finanțelor statului, având rolul de a distribui resursele pentru atingerea scopurilor economice și sociale ale statului. Managementul bugetar public este influențat de diversele condiții economice, politice și sociale. Această lucrare examinează evoluția procesului bugetar din Republica Moldova, subliniind provocările principale și caracteristicile sale, bazându-se pe surse oficiale și pe date statistice accesibile.*

Keywords: *budget, budget revenues, expenses, stages, challenges, process, public debt*

JEL CLASSIFICATIONS: A1, D3, E5

INTRODUCERE

Procesul bugetar în Republica Moldova este reglementat de Legea privind sistemul bugetar și procesul bugetar nr. 847 din 24.05.1996. Această lege stabilește principiile generale, structura sistemului bugetar și etapele procesului bugetar. Sistemul bugetar este o parte integrantă a sistemului de finanțe publice ale statului, care constituie bugetul public național. În contextul Republicii Moldova, procesul bugetar a cunoscut, de-a lungul decadelor, diverse transformări, adaptându-se atât cerințelor interne ale economiei, cât și influențelor externe, inclusiv integrarea în structuri internaționale precum Uniunea Europeană și Fondul Monetar Internațional. Deși au existat progrese semnificative în modernizarea și transparentizarea procesului bugetar, Republica Moldova se confruntă în continuare cu multiple provocări. Printre acestea se numără deficitul bugetar constant, dificultățile în implementarea politicii fiscale și limitările resurselor financiare care afectează posibilitatea de a răspunde nevoilor cetățenilor și ale economiei.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Obiectivele bugetului de stat sunt: a) realizarea planurilor și scopurilor economice, sociale și de alte tipuri stabilite de Executiv; b) generarea resurselor necesare pentru susținerea inițiativelor Guvernului; c) menținerea unui echilibru bugetar esențial pentru asigurarea unei economii naționale stabile; d) garantarea gestionării eficiente, de calitate și responsabile a fondurilor disponibile pentru Guvern; e) prezentarea clară a planurilor și obiectivelor Guvernului care vor fi implementate din buget.

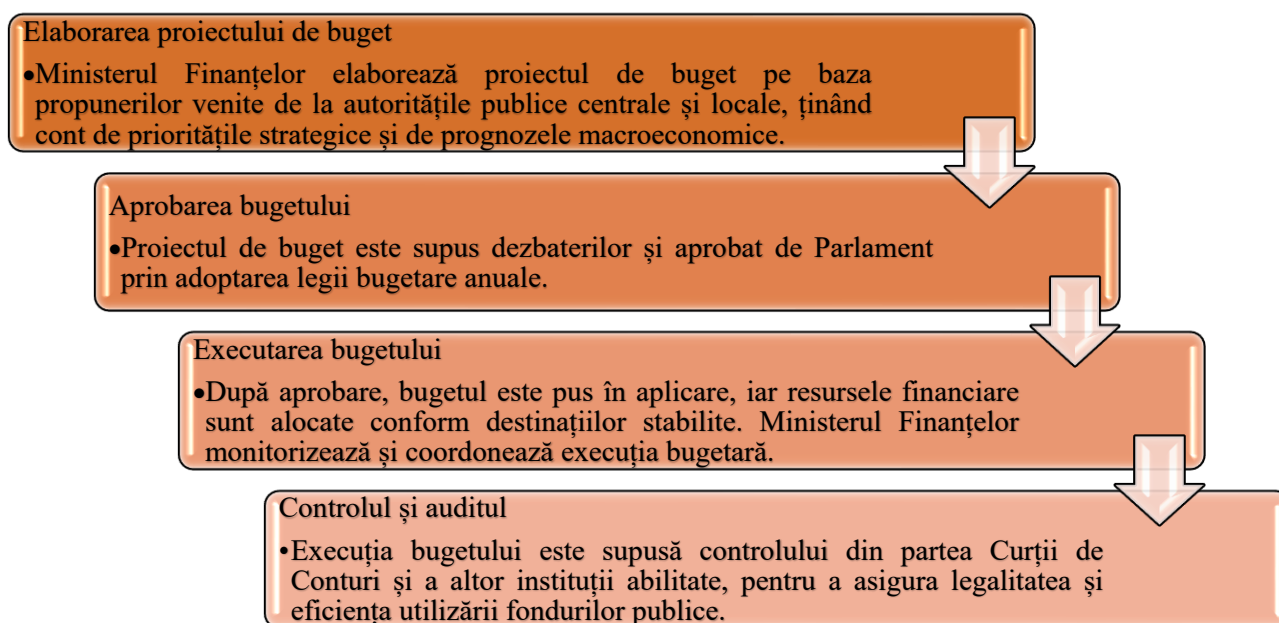


Figura 1. Etapele procesului bugetar

Sursa: elaborat de autor în baza datelor de pe www.mf.gov.md

Începând cu 2017, Republica Moldova a continuat să implementeze reforme fiscale și bugetare, aliniindu-se cerințelor externe, în special celor impuse de Uniunea Europeană și de Fondul Monetar Internațional (FMI). De asemenea, autoritățile naționale au încercat să îmbunătățească colectarea veniturilor, să reducă deficitul bugetar și să optimizeze cheltuielile publice.

Tabelul 1. Executarea bugetului public național între anii 2017 – 2023, milioane lei

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Venituri	53377,6	57995,9	62949,2	62650,0	77373,0	91505,4	102299,2
Cheltuieli și active nefinanciare	54522,4	59608,9	65975,6	73269,8	82013,5	100374,2	117871,1
Excedent (+), deficit (-)	-1144,8	-1613,0	-3026,4	-10619,8	-4640,5	-8868,8	-15571,9

Sursa: elaborat de autor în baza statisticii de pe www.statbank.statistica.md

În perioada 2017-2023, veniturile bugetare au înregistrat o tendință crescătoare, majorându-se de aproape două ori în această perioadă, datorită îmbunătățirii sistemului fiscal, extinderii bazei de impozitare și majorării taxelor și a impozitelor pe venit. Totodată, Republica Moldova a continuat să beneficieze de sprijin financiar din partea Uniunii Europene și altor instituții internaționale, care au contribuit la susținerea bugetului național.

În ciuda creșterii veniturilor, deficitul bugetar a rămas o problemă constantă, având în vedere cheltuielile pentru serviciul datoriei publice, plățile sociale și investițiile în infrastructură. Deficitul a fluctuat, atingând valori semnificative în anumiți ani, dar autoritățile au continuat să aplice măsuri de austeritate și reforme fiscale pentru a reduce această problemă.

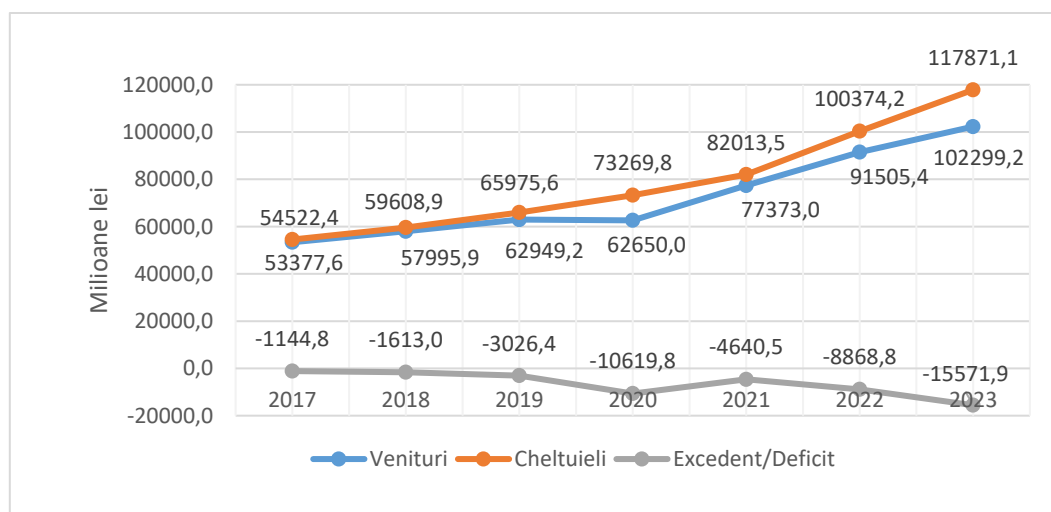


Figura 2. Executarea bugetului public național între anii 2017 – 2023

Sursa: elaborat de autor în baza statisticii de pe www.statbank.statistica.md

În ciuda progreselor realizate, Republica Moldova se confruntă cu multiple provocări în gestionarea bugetului public:

- Dependența de asistența financiară externă: Finanțarea multor proiecte și politici publice depinde de împrumuturi și granturi externe.
- Eficiența cheltuielilor publice: Necesitatea îmbunătățirii alocării resurselor pentru a maximiza impactul investițiilor în infrastructură, educație și sănătate.
- Reducerea economiei informale: Evaziunea fiscală și munca nedeclarată reduc veniturile la bugetul de stat.
- Creșterea capacității administrative: Modernizarea instituțiilor publice pentru a asigura o mai bună planificare și execuție bugetară.
- Deficitul bugetar: Deși au fost făcute progrese în reducerea deficitului, acesta rămâne o problemă persistentă. Dependența de împrumuturile externe și volatilitatea veniturilor fiscale reprezintă factori care pun presiune pe bugetul național.
- Corupția și transparența: Un alt aspect important este necesitatea de a spori transparența în procesul bugetar și de a combate corupția în utilizarea resurselor publice. Lipsa unei monitorizări eficiente poate duce la utilizarea inefficientă a fondurilor publice.
- Ineficiența administrativă: Deși au fost făcute eforturi pentru a îmbunătăți colectarea taxelor, administrarea fiscală rămâne o provocare majoră, în special în zonele rurale sau în cazul sectorului informal.

Procesul bugetar al Republicii Moldova se confruntă cu o serie de provocări majore care afectează stabilitatea financiară și dezvoltarea economică sustenabilă a țării. Printre cele mai semnificative dificultăți se numără deficitul bugetar persistent și creșterea datoriei publice, care limitează capacitatea statului de a investi în sectoare cheie precum educația, sănătatea și infrastructura. Pentru a depăși aceste provocări, Republica Moldova trebuie să continue implementarea unor reforme structurale în domeniul fiscal, să îmbunătățească transparența procesului bugetar și să consolideze instituțiile responsabile de gestionarea resurselor publice. Doar printr-o mai bună administrare fiscală și o utilizare mai eficientă a resurselor, țara va putea asigura o dezvoltare economică sustenabilă și va întări încrederea cetățenilor în sistemul fiscal și instituțiile statului.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În concluzie, dinamica și provocările procesului bugetar în Republica Moldova reflectă complexitatea adaptării unui sistem financiar la nevoile economice și sociale ale țării, dar și influențele externe și interne care modelează acest proces. Deși au fost înregistrate progrese semnificative

în ceea ce privește transparența și eficiența alocării resurselor, țara se confruntă în continuare cu provocări majore, cum ar fi insuficiența veniturilor bugetare, gestionarea deficitului fiscal și implementarea reformelor structurale. De asemenea, instabilitatea politică și lipsa unei strategii fiscale pe termen lung constituie obstacole importante în dezvoltarea unui proces bugetar sustenabil. În acest context, continuarea reformelor, creșterea eficienței colectării veniturilor și promovarea unei guvernări financiare mai transparente vor asigura stabilitatea economică și prosperitatea pe termen lung a Republicii Moldova.

REFERINȚE:

1. Biroul Național de Statistică (n.d.). Date statistice despre executarea bugetului public național. https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica__25%20FIN/FIN010100.px/table/tableViewLayout2/?rxid=b2ff27d7-0b96-43c9-934b-42e1a2a9a774
2. Euromonitor (2023). *Provocări a procesului bugetar*. https://www.euromonitor.md/wp-content/uploads/2023/10/Toolkit_bugetare_16.10.23-2.pdf?utm_source
3. Ministerul Finanțelor (n.d.). Etapele procesului bugetar. <https://www.mf.gov.md/ro/buget/informa%C8%9Bii-cu-caracter-metodologic>
4. Parlamentul Republicii Moldova (n.d.). Informație generală despre legea privind sistemul bugetar și procesul bugetar. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=88795&lang=ro

Coordonator științific: MARGINEANU Aureliu, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: margineanu.aureliu@ase.md

DEBT AND EQUITY CAPITAL: FINDING THE OPTIMAL BALANCE OF THE ENTERPRISE

ДОЛГ И СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ: ПОИСК ОПТИМАЛЬНОГО БАЛАНСА ПРЕДПРИЯТИЯ

GLAZIRINA Xenia, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: glazirina.xenia@ase.md

Abstract: Every company must determine the right mix of debt and equity to finance its operations and growth. This decision is crucial, as it directly impacts financial stability, profitability, and long-term sustainability. Debt financing allows businesses to access capital without diluting ownership, but excessive borrowing increases financial risk and interest expenses. On the other hand, equity financing provides stability and flexibility but may lead to reduced control and lower returns for existing shareholders. Finding the optimal balance between debt and equity is a complex process that depends on factors such as industry conditions, cash flow stability, and market expectations. Companies with steady revenues may afford higher leverage, while businesses in volatile sectors often rely more on equity to avoid excessive financial strain. The cost of capital, tax advantages of debt, and investor confidence also play a significant role in shaping a company's capital structure. This article explores key strategies for optimizing capital structure, assessing financial risks, and achieving a sustainable mix of debt and equity that aligns with a company's strategic goals.

Keywords: debt capital, equity, balance sheet, capital structure, financial stability

JEL CLASSIFICATION: G2; H63

ВВЕДЕНИЕ

Финансовая структура предприятия представляет собой совокупность источников формирования его капитала, среди которых ключевыми являются заемные и собственные средства.

Актуальность темы обусловлена тем, что выбор оптимального соотношения заемного и собственного капитала напрямую влияет на рентабельность, ликвидность и уровень финансовых рисков компании. Чрезмерная зависимость от заемных средств может привести к росту долговой нагрузки и снижению платежеспособности, в то время как преобладание собственного капитала может ограничивать темпы роста из-за недостатка привлеченных ресурсов.

Цель исследования – выявить и обосновать оптимальное соотношение долга и собственного капитала, позволяющее обеспечить устойчивость бизнеса, минимизировать финансовые риски и повысить эффективность деятельности предприятия.

Методология исследования включает анализ теоретических аспектов управления капиталом, проведение горизонтальных и вертикальных анализов финансовых отчетностей, а также изучение реальных примеров для выявления лучших практик в поиске баланса между долгом и собственным капиталом.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Финансовая устойчивость любого предприятия зависит от оптимального соотношения заемных и собственных средств. Объектом исследования данного соотношения является Fabrica de sticla din Chisinau. Ее способность эффективно управлять долгом и собственным капиталом напрямую влияет на конкурентоспособность, инвестиционную привлекательность и долгосрочную устойчивость. Для детального анализа познакомимся с деятельностью данного предприятия.

Государственное предприятие «Кишиневский стекольный завод» был основан в 1970 году и является самым большим предприятием стекольной отрасли в Молдове. Площадь завода – 14.4 га, площадь основных цехов – 24 тыс. м², площадь вспомогательных цехов – 10.8 тыс.м², площадь складских помещений – 13.2 тыс.м².

Предприятие реализует выпускаемую продукцию, как на внутреннем, так и на внешних рынках, удовлетворяя спрос всех потребителей. Государственное предприятие «Кишиневский стекольный завод» обеспечивает потребность заводов вино-водочных изделий, прохладительных напитков, которые используют стеклянные бутылки для розлива своей продукции, а также консервных заводов по переработке овощей и фруктов, производству продуктов детского питания, кетчупов и пр.

Основной продукцией предприятия являются:

- стеклобутылки из бесцветного стекла емкостью 0,1-3,0 литра различной конфигурации с обыкновенным и винтовым горлом;
- стеклобанки из бесцветного стекла емкостью 0,1-5,0 литра различной конфигурации (тип I и twist-off).

Предприятие достигло высокой степени в отраслевой специализации: хорошее качество продукции, изготовление бутылок и банок любой конфигурации по желанию заказчика, оптимальные сроки поставок,

Для того чтобы, подробно проанализировать собственный и заемный капитал, рассмотрим финансовую ситуацию предприятия «Fabrica de Sticla din Chisinau»

Таблица1. Анализ структуры пассивов предприятия.

Показатель	2021г	%	2022г	%	2023г	%
Собственный капитал						
Уставный капитал	403 577 340	91,6%	403 577 340	87%	403 577 340	85%
Резервный капитал	29 788 294	6,8%	52 978 676	11%	74 346 710	14%
Нераспределенная прибыль(убыток)	7 179 039	1,6%	7 728 637	2%	(5 542 766)	1%
Итого собственный капитал	440 544 673	93%	464 284 653	87%	472 381 284	94%
Текущие обязательства						
Коммерческие обяз-тва	20 093 023	60,3%	27 252 410	38,6%	10 056 532	30,6%
Резервы	6 477 601	19,4%	8 637 657	12,2%	9 963 532	30,4%
Прочие обязательства	6 757 673	20,3%	34 652 664	49,2%	9 933 711	30%
Итого заемный капитал	33 328 297	7%	70 542 731	13%	32 811 542	6%
Всего пассивов	473 872 970	100%	534 872 384	100%	505 192 826	100%

Источник: разработано автором на основе (АПС, б.г.)

В 2021 году собственный капитал составлял 93%, в 2022 году — 87%, а в 2023 году увеличился до 94%. Это говорит о снижении зависимости от заемных средств и большей финансовой устойчивости предприятия.

Уставный капитал оставался неизменным на уровне 403 577 340 во все годы, но его доля снизилась с 91,6% в 2021 году до 85% в 2023 году. Это связано с увеличением других статей собственного капитала, в частности, резервного капитала.

В 2021 году он составлял 29 788 294 (6,8%), в 2022 году — 52 978 676 (11%), а в 2023 году — 74 346 710 (14%). Это положительный фактор, так как резервный капитал служит страховкой на случай убытков.

В 2021 и 2022 годах предприятие имело положительную нераспределенную прибыль, но в 2023 году показатель стал отрицательным (–5 542 766), что свидетельствует об убытках.

В 2021 году заемный капитал составлял 7% от пассивов, в 2022 году увеличился до 13%, но в 2023 году снизился до 6%. Особенно заметно уменьшение коммерческих обязательств (с 27 252 410 в 2022 году до 10 056 532 в 2023 году).

Уменьшение краткосрочных обязательств. В 2021 году коммерческие обязательства составляли 20 093 023, затем увеличились до 27 252 410 в 2022 году, но резко сократились до 10 056 532 в 2023 году. Это говорит о снижении краткосрочных долгов, что положительно влияет на финансовую устойчивость предприятия.

Замечается снижение общих пассивов. В 2022 году общий объем пассивов предприятия достиг 534 872 384, но в 2023 году снизился до 505 192 826. Это может свидетельствовать либо о сокращении обязательств, либо о снижении активов предприятия, что требует дополнительного анализа.

Предприятие укрепило финансовую устойчивость, снизив зависимость от заемных средств и увеличив резервный капитал. Однако появление убытков в 2023 году требует анализа причин и возможных мер для их устранения.

Для достижения оптимального баланса капитала компании необходимо: анализировать финансовые показатели, учитывать отраслевые особенности, оптимизировать структуру финансирования, обеспечивать ликвидность и оценивать макроэкономические риски. Гибкая стратегия управления капиталом позволяет компаниям не только сохранять финансовую устойчивость, но и эффективно использовать заемные средства для роста и расширения. Оптимальный баланс между собственным и заемным капиталом – это инструмент повышения конкурентоспособности и долгосрочной устойчивости бизнеса.

Оптимальный баланс между долгом и собственным капиталом можно оценить с помощью финансовых коэффициентов, представленных в Таблице 2. Рассмотрим основные из них на примере предприятия упомянутого выше “Fabrica de sticla din Chisinau”

Таблица 2. Анализ финансовой устойчивости предприятия.

Показатель	2021г	2022г	2023г
Коэффициент автономии	0,9298	0,8681	0,9351
Коэффициент финансовой устойчивости	0,0702	0,1319	0,0649
Коэффициент соотношения капитала	13,24	6,58	14,4

Источник: разработано автором на основе (АПС, б.г.)

Вычислив коэффициенты и проанализировав финансовую устойчивость можно сделать следующие выводы. Во-первых замечается высокий уровень автономии. В 2021 и 2023 годах компания имела более 90% собственного капитала в структуре финансирования, что говорит о её независимости от заемных средств. В 2022 году коэффициент автономии снизился до 86.81%, что указывает на временное увеличение заемных обязательств.

Во-вторых наблюдается низкая долговая нагрузка. Коэффициент финансовой зависимости в 2021 и 2023 годах оставался на уровне 6-7%, что говорит о низком уровне кредитного риска. В 2022 году он увеличился до 13.19%, но затем снова снизился, что может указывать на краткосрочное привлечение заемных средств для покрытия потребностей бизнеса.

В-третьих произошло изменение структуры капитала. В 2022 году соотношение собственного и заемного капитала снизилось до 6.58, что означает рост обязательств. В 2023 году коэффициент снова вырос до 14.4, что свидетельствует о снижении долговой нагрузки.

В целом компания обладает высокой финансовой стабильностью, что дает ей гибкость для дальнейшего развития.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Компания уже обладает устойчивой финансовой структурой, но для дальнейшего роста и развития следует более активно использовать заемный капитал при условии его эффективного применения. Это поможет увеличить рентабельность бизнеса и повысить конкурентоспособность. Для начала предприятию необходимо поддерживать коэффициент автономии не ниже 70%, чтобы сохранить финансовую независимость. Избегать чрезмерного роста заемных обязательств, особенно краткосрочных кредитов с высокими ставками. Затем использовать заемные средства для финансирования долгосрочных инвестиционных проектов, а не для покрытия текущих расходов. Контролировать коэффициент соотношения собственного и заемного капитала, чтобы он оставался в диапазоне 2–5, что является приемлемым уровнем для финансовой устойчивости. Развивать направления, которые приносят высокую рентабельность и позволяют увеличить объем прибыли. И в заключении регулярно анализировать структуру капитала и прогнозировать возможные финансовые риски, а возможно даже в избегании их.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Glass.md (б.г.). <https://glass.md/>
2. Агентство Публичной Собственности (б.г.). <https://app.gov.md/>
3. Белицкая, М.А., & Землякова, С.Н. (2017). *Собственный и заемный капитал предприятия*. <https://scienceforum.ru/2017/article/2017031025>
4. Жданова, В., & Жданова, И. (б.г.). *Показатели структуры капитала*. <https://finzz.ru/pokazатели-struktury-kapitala-tablica.html>
5. Расулов, У.Э. (б.г.). *Источники формирования и проблема выбора оптимального соотношения собственного и заемного капитала предприятия*. https://b06fdc_c4833f5d8c7a470994c89a472b7e0b2b.pdf

Coordonator științific: SUVOROVA Iulia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: (022) 402-772
e-mail: suvorova.iulia@ase.md

WHEN THE BALANCE SHEET BECOMES A THREAT, BUT THERE IS A WAY OUT: ANALYZING A COMPANY'S FINANCES USING ALTMAN, O'KEEFFE, AND LEE MODELS TO PREDICT BANKRUPTCY AND PREVENT A CRISIS

КОГДА БАЛАНС СТАНОВИТСЯ УГРОЗОЙ, НО ЕСТЬ ВЫХОД: АНАЛИЗ ФИНАНСОВ КОМПАНИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ МОДЕЛЕЙ АЛЬТМАНА, О'КИФФА И ЛИ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКРОТСТВА И ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ КРИЗИСА

GONCHAR Anghelina, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: gonchar.angelina@ase.md

Abstract: SA Furnizarea Energiei Electrice NORD (FEENord) is a leading supplier of electricity in the northern regions of the Republic of Moldova. In recent years, the market has faced an energy crisis, which has had an impact on the company's financial results. Three popular bankruptcy forecasting methods were used to analyze the company's financial condition: the Altman model (Z-score), the Springate model (O'Keeffe) and the Taffler model (Lee). These methods allowed us to assess the financial stability of the company based on key indicators. According to the results of the analysis, it was found that the company is in the "green zone" for all three models, which indicates a low risk of bankruptcy. An analysis of the data for 2021-2023 showed a stable financial situation and no threat of bankruptcy. The article provides detailed calculations and recommendations for further optimization of the company's financial activities, such as improving liquidity, managing debt obligations and increasing operating profit.

Keywords: Bankruptcy forecasting, financial analysis, Altman model, Taffler model, Springate model, liquidity, operating profit, debt, financial stability.

JEL CLASSIFICATION: G33, G32, L94, C58

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобальных экономических потрясений и неопределенности на энергетическом рынке анализ финансовой устойчивости крупных компаний приобретает особое значение, став важнейшим инструментом предотвращения кризисных ситуаций. Особенно актуально это для таких крупных предприятий, как компания **SA Furnizarea Energiei Electrice NORD (FEE Nord)**, которая оказывает услуги по поставке электроэнергии в северные регионы Республики Молдова. Несмотря на статус одного из ведущих игроков на рынке, FEE Nord сталкивается с серьезными финансовыми трудностями, что требует проведения углубленного анализа для оценки рисков банкротства и разработки эффективных стратегий по обеспечению финансовой устойчивости, особенно на фоне развивающегося в 2022 году энергокризиса. В условиях колебаний тарифов на электроэнергию, экономической нестабильности и растущих долговых обязательств чрезвычайно важно предсказать возможные финансовые угрозы и предпринять своевременные меры по их устранению. Одним из эффективных инструментов для решения этой задачи является использование моделей прогнозирования банкротства, которые позволяют не только выявить текущие финансовые риски, но и предложить пути их минимизации.

Актуальность исследования финансовой устойчивости компании SA Furnizarea Energiei Electrice NORD особенно велика в свете текущих вызовов, с которыми сталкиваются

энергетические компании. Нестабильность на энергетических рынках, а также резкий рост тарифов на электроэнергию создают дополнительную нагрузку на такие предприятия, как FEE Nord, обслуживающие удаленные и сложные для поставок регионы. Вдобавок, экономическая ситуация, сопровождающаяся ростом инфляции и увеличением долговых обязательств, еще более осложняет положение компании. В таких условиях своевременное выявление рисков банкротства становится ключевым для выработки эффективных решений и предотвращения негативных последствий.

В данной статье будет проведен анализ финансовых показателей компании FEE Nord за 2021-2023 годы с применением трех популярных моделей прогнозирования банкротства: модели Альтмана (Z-Score), модели О'Киффа и модели Ли. Эти модели, каждая из которых использует свои уникальные финансовые показатели, позволяют комплексно оценить финансовое положение компании и выявить возможные угрозы. Важно отметить, что в некоторых источниках под моделью О'Киффа подразумевается модель Спрингейта, а модель Ли не встречается в явном виде в академической литературе, хотя схожие подходы применяются в модели Таффлера. В связи с этим в рамках данного исследования будут рассматриваться именно методики Альтмана, Спрингейта и Таффлера, как наиболее соответствующие задачам анализа и прогнозирования финансовой устойчивости компании.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

1. Модель Альтмана (Z-Score). Она была впервые представлена американским экономистом Эдвардом Альтманом в 1968 году. Предназначена для оценки вероятности банкротства крупных компаний (АО), на основе нескольких финансовых показателей, таких как ликвидность, прибыльность и рыночная стоимость капитала (Фролова, 2010). Она оценивает вероятность банкротства с использованием пяти коэффициентов:

Формула: $Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + X_5$, где:

X_1 = **Оборотный капитал / Общие активы** — измеряет ликвидность компании.

X_2 = **Нераспределённая прибыль / Общие активы** — показывает прибыльность.

X_3 = **ЕВИТ (Операционная прибыль) / Общие активы** — измеряет операционную прибыль.

X_4 = **Рыночная стоимость акционерного капитала / Общие обязательства** — оценивает долговую нагрузку.

X_5 = **Продажи / Общие активы** — показатель эффективности использования активов (Википедия, 2021).

Нормативные значения для Z-Score:

$Z > 2,9$ — зона финансовой устойчивости («зеленая» зона), то есть низкий риск банкротства.

$1,8 < Z < 2,9$ — зона неопределенности («серая» зона), есть риск банкротства

$Z < 1,8$ — зона финансового риска («красная» зона), есть высокий риск банкротства.

Таблица 1. Определение вероятности банкротства SA «FEE Nord» по модели Альтмана

Показатель	Формула	2021	2022	2023
X_1	Оборотный капитал / Общие активы	239 809 421/ 245 830 495 = 0,98	550 007 150/ 554 487 658= 0,99	713 833 641/ 719 603 019= 0,99
X_2	Нераспределённая прибыль / Общие активы	-91 416 956/ 245 830 495 = - 0,37	-57 787 684/ 554 487 658= - 0,1	- 57 165 767/ 719 603 019= [1] 0,08
X_3	ЕВИТ / Общие активы	0/245 830 495 = 0	34 251 187/ 554 487 658= 0,06	249 678 835/ 719 603 019= 0,35

X_4	Рыночная стоимость акционерного капитала / Общие обязательства	-7 423 160/ 253 220 939= [1] 0,03	26 828 027/ 505 652 134= 0,05	314 026 924/ 402 334 537= 0,78
X_5	Продажи / Общие активы	1 940 000 000/24 5 830 495 = 7,89	2 840 000 000/554 487 658= 5,12	3 130 000 000/719 603 019= 4,35
Z-Score		8,53	6,4	7,05

Источник: Составлено автором

Проанализировав данные таблицы 1 по модели Альтмана, можно прийти к выводу, что SA «FEE Nord» находится в «зеленой» зоне, так как на протяжении всех трех лет Z-Store превышал значение 2,9. Это говорит о высокой финансовой устойчивости предприятия. Риск банкротства отсутствует. Финансовое положение стабильно, и в 2023 году оно даже улучшилось по сравнению с предыдущим годом. Подобное улучшение можно объяснить тем, что в 2023 году был аномально высокий прирост капитала (до 0,78), компания стала эффективнее использовать свои активы и снижать непокрытые убытки, вызванные ростом цен в 2022 году, ввиду энергокризиса, с которым справилась, путем повышения объема продаж.

2. Модель Таффлера / Ли (Z-Score) - методика прогнозирования банкротства предприятий на основе его финансовых показателей, предложенная в 1977 году британскими учеными Р. Таффлером и Г. Тишоу. Данная модель была разработана ими по результатам тестирования более ранней модели Альтмана на данных отчетности британских компаний как более соответствовавшая новым экономическим реалиям (Фролова, 2010). Использует следующие коэффициенты:

Формула: $Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4$, где:

X_1 – ЕВІТ / текущие обязательства – Покрытие краткосрочного долга;

X_2 – оборотные активы / общие обязательства – Коэффициент ликвидности;

X_3 – текущие обязательства / общая сумму активов – Коэффициент зависимости;

X_4 – выручка / общая сумма активов – Коэффициент оборачиваемости активов.

Нормативные значения:

$Z > 0,3$ — зона финансовой стабильности, то есть низкий риск банкротства.

$Z < 0,2$ — зона финансового риска, есть высокий риск банкротства (Крылов, 2011).

Таблица 2. Определение вероятности банкротства SA «FEE Nord» по модели Таффлера

Показатель	Формула	2021	2022	2023
X_1	ЕВІТ / Текущие обязательства	0/ 253 201 065= 0	34 251 187/ 505 415 810= 0,07	249 678 835/ 402 037 059= 0,62
X_2	Оборотные активы / Общие обязательства;	239 809 421/ 253 220 939= 0,95	550 007 150/ 505 652 134= 1,09	713 833 641/ 402 334 537= 1,77
X_3	Текущие обязательства / Общая сумму активов	253 201 065/ 245 830 495= 1,03	505 415 810/ 554 487 658= 0,91	402 037 059/ 719 603 019= 0,56
X_4	Выручка от продаж / Общие активы	1 940 000 000/245 8 30 495 = 7,89	2 840 000 000/554 4 87 658= 5,12	3 130 000 000/719 6 03 019= 4,35
Z-Score		1,57	1,16	1,36

Источник: Составлено автором

В результате анализа данных Таблицы 2 по модели Таффлера / Ли, было выявлено, что SA «FEE Nord» находится в зоне финансовой стабильности, так за весь период в три года компания демонстрирует значительно более высокое значение показателя Z-Score, чем 0,3. Это доказывает, что несмотря на временные трудности, вызванные энергокризисом, АО осталась ликвидным и платежеспособным предприятием, которое в состоянии стабилизировать свое финансовое состояние и не допустить риск банкротства, путем создания достаточных резервов, увеличения объема продаж для генерации прибыли.

3. Модель Спрингейта / О'Киффа (Z-Score). Она была разработана Гордоном Л. В. Спрингейтом в 1978 на основании модели Альтмана и пошагового дискриминантного анализа (Фролова, 2010). **Использует следующие коэффициенты:**

Формула: $Z = 1,03X_1 + 3,07X_2 + 0,66X_3 + 0,4X_4$, где:

X_1 – Оборотные активы / **общие обязательства** – Коэффициент ликвидности;

X_2 – **Нераспределенная прибыль** / **общие активы** – Коэффициент рентабельности;

X_3 – ЕВІТ / **общие обязательства** – Коэффициент финансового рычага;

X_4 – **выручка** / **общая сумма активов** – Коэффициент оборачиваемости активов.

Норматив: $Z < 0,862$ — зона неплатежеспособности, есть высокий риск банкротства (Studfile.net, 2015).

Таблица 3. Определение вероятности банкротства SA «FEE Nord» по Спрингейту

Показатель	Формула	2021	2022	2023
X_1	Оборотные активы / Общие обязательства	239 809 421/ 253 220 939= 0,95	550 007 150/ 505 652 134= 1,09	713 833 641/ 402 334 537= 1,79
X_2	Нераспределенная прибыль / Общая сумма активов	- 91 416 956/ 245 830 495= - 0,37	- 57 787 684/ 554 487 658= - 0,1	-57 165 767/ 719 603 019= [1] 0,08
X_3	ЕВІТ / Общие обязательства	0/ 253 201 065= 0	34 251 187/ 505 415 810= 0,07	249 678 835/ 402 037 059= 0,62
X_4	Выручка / Общая сумма активов	1 940 000 000/ 245 830 495= 7,89	2 840 000 000/ 554 487 658= 5,12	3 130 000 000/ 719 603 019 = 4,35
Z-Score		3	2,91	3,74

Источник: Составлено автором

Исходя из данных Таблицы 3, отчетливо видно, что за весь анализируемый период, Z-Score ни разу не опускался ниже норматива, что доказывает высокий уровень финансовой устойчивости, ликвидности и рентабельности SA «FEE Nord». Несмотря на нестабильную экономико-политическую ситуацию, предприятие платежеспособно и риск банкротства ему не угрожает.

ЗАКЛЮЧЕНИЯ/РЕКОМЕНДАЦИИ

В заключении, хотелось бы отметить тот факт, что все три модели (Альтмана, Таффлера / Ли и Спрингейта / О'Киффа) указывают на то, что компания SA Furnizarea Energiei Electrice NORD обладает высокой финансовой устойчивостью и способна выдержать экономические трудности, несмотря на краткосрочные проблемы, вызванные энергокризисом. В 2023 году наблюдается улучшение финансовой ситуации, что подтверждается ростом ключевых показателей, таких как ликвидность, рентабельность и эффективность использования активов. Риск банкротства ей не угрожал в течение этого периода. Компания,

вероятно, и в дальнейшем способна избежать банкротства, если продолжит оптимизировать свои долговые обязательства, увеличивать ликвидность и повышать операционную прибыль.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Крылов, А. (2011). *Прогнозирование вероятности банкротства по модели Таффлера, Тишоу*. <http://anfin.ru/prognostirovanie-veroyatnosti-bankrotstva-po-modeli-tafflera-tishou/>.
2. Фролова, И. С. (2010). *Корпоративные финансовые риски и банкротства: теория и практика*. М.: Изд-во Дело.
3. Studfile.net. (2015). *Модель Спрингейта*. <https://studfile.net/preview/3936689/page:15/>.

Coordonator științific: SUVOROVA Iulia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 (022) 40-27-72
e-mail: suvorova.iulia@ase.md

CUSTOMS VALUE AS A TOOL FOR COMBATING SMUGGLING: IMPACT ON TAXATION AND FINANCIAL REVENUES TO THE STATE BUDGET

ТАМОЖЕННАЯ СТОИМОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ БОРЬБЫ С КОНТРАБАНДОЙ: ВЛИЯНИЕ НА НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ

GONCHAR Anghelina, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: gonchar.angelina@ase.md

Abstract. *The customs value is one of the key tools in the fight against smuggling and plays an important role in the tax policy of the Republic of Moldova (RM). It serves as the basis for calculating customs duties and taxes, which, in turn, affects financial revenues to the state budget. In the article, the author analyzes the impact of customs value on the effective fight against smuggling and its role in tax revenues. The methods of determining the customs value are being investigated, including the use of international standards such as the World Customs Organization (WCO) customs valuation system, as well as the Tax and Customs Codes of the Republic of Moldova. Statistics show that increasing the accuracy in determining the customs value helps to increase budget revenues and reduce the volume of contraband. The article also discusses the problems associated with the discrepancy between the declared and actual cost of goods, as well as suggestions for improving existing mechanisms. In general, increasing the transparency and effectiveness of customs value control is becoming an important step to strengthen tax control and combat illegal shipments.*

Key words: *Customs value, Smuggling, Taxes, Budget, Customs duties, WCO International Valuation System*

JEL CLASSIFICATION: H25, K33, F13, F53, H71

ВВЕДЕНИЕ

Таможенная стоимость является основой для расчета таможенных пошлин и налогов на импортные товары, а также важнейшим элементом в процессе борьбы с контрабандой. Для Республики Молдова (РМ), которая активно борется с нелегальным оборотом товаров, правильная оценка таможенной стоимости становится не только экономической, но и правовой задачей. Проблемы с определением точной стоимости товаров часто приводят к уклонению от уплаты налогов и пошлин, что, в свою очередь, нарушает финансовую стабильность страны.

Система налогообложения в РМ регулирует порядок расчета и уплаты налогов на товары, пересекающие границу, через механизм таможенной стоимости. Стремление к улучшению системы учета и оценки стоимости в рамках борьбы с контрабандой позволяет не только увеличить бюджетные поступления, но и повысить доверие к таможенным органам.

Целью данной работы является анализ роли таможенной стоимости как инструмента борьбы с контрабандой, а также ее влияния на финансовые поступления в государственный бюджет РМ.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

Таможенная служба является одним из ключевых источников дохода государственного бюджета Республики Молдова. Поступления от таможенных пошлин и налогов на

импортные товары составляют значительную долю в общих доходах бюджета, что подчеркивает важность эффективной работы таможенных органов. Эти средства используются для финансирования различных государственных программ, инфраструктурных проектов и социальных нужд.

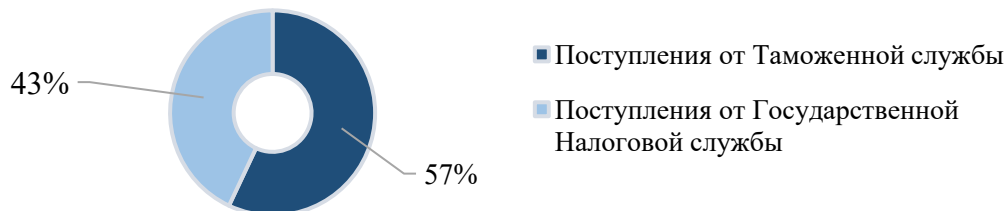


Рисунок 1. Доля поступлений налогов и сборов в госбюджет в 2024 году, в %

Источник: Составлено автором

Согласно статистическим данным диаграммы (Рис.1), видно, что на Таможенную службу приходится **57%** всех поступлений в госбюджет в 2024 году, что доказывает ее значимость как ключевого источника финансирования.

Таможенная стоимость товаров представляет собой стоимость, на основе которой рассчитываются пошлины и налоги. Она включает цену товара, транспортные расходы, страхование, а также возможные дополнительные расходы, такие как таможенные сборы (Костина, 2019). В Республике Молдова эта стоимость определяется в соответствии с Налоговым и Таможенным Кодексом РМ, а также международными стандартами, в частности, Международной системой оценки таможенной стоимости Всемирной Таможенной Организации (ВТО), принятой на Вальсской конференции 1979 года. Исходя из этих международных стандартов в РМ выделяют следующие **основные методы определения таможенной стоимости**:

- **Метод транзакционной стоимости** — на основе фактической цены сделки;
- **Метод аналогичных товаров** — сравнение стоимости с аналогичными товарами;
- **Метод стоимости товаров для продажи** — если товары продаются по более высокой цене после ввоза (Парламент Республики Молдова, 2021).

Эти методы помогают установить справедливую цену товара и препятствуют недооценке стоимости, что является важным элементом в борьбе с контрабандой. Недооценка стоимости позволяет нарушителям обходить уплату налогов и пошлин, что приводит к потерям в государственном бюджете. Ежегодные потери от контрабанды в Республике Молдова могут достичь вплоть до **600 миллионов леев** (Point.md, 2023).

Таможенная стоимость напрямую влияет на налоговые поступления в бюджет.

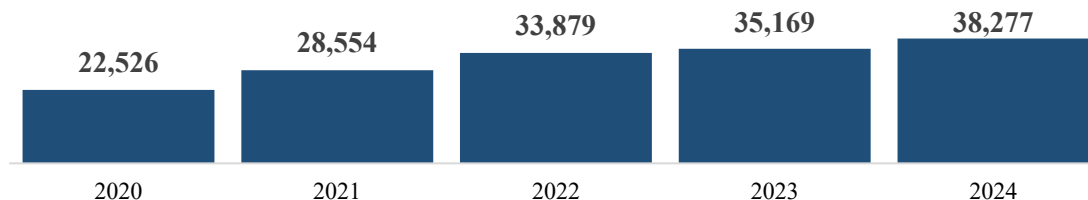


Рисунок 2: Доходы госбюджета, поступившие от Таможенной службы в период с 2020 по 2024 годы, в млрд. леев

Источник: Составлено автором

Как видно из диаграммы (Рис.2), чем точнее определяется стоимость товара, тем больше вероятность того, что все пошлины и налоги будут уплачены в полном объеме. В 2022 году, например, увеличение точности оценки стоимости товаров на таможне привело к увеличению поступлений в бюджет на **19%** относительно 2021, составив примерно 34 млрд. леев, а к 2024 этот показатель вырос примерно до 38,3 млрд. леев, что на **9%** больше, чем в

2023. Что касается общего прироста за 5 лет, то поступления выросли на **70%** к 2024 по сравнению с 2020. Это можно аргументировать увеличением объема внешней торговли и ужесточением оценки таможенной стоимости (Государственная Таможенная служба, 2024).

Тем не менее, несмотря на положительные изменения в плане увеличения бюджетных поступлений, до сих пор актуальной является проблема незаконного ввоза масштабных партий различных групп товаров на территорию РМ, то есть, контрабанда.

Товары, которые чаще всего провозят контрабандой, включают:

- **Алкогольные напитки и табачные изделия** – из-за высоких акцизов и налогов эти товары часто пытаются ввозить по заниженной стоимости.
- **Товары народного потребления** – такие как одежда, обувь и косметика, часто провозятся с целью избежать высоких пошлин.
- **Электронные устройства** – смартфоны и компьютеры также являются популярным товаром для контрабанды, поскольку их стоимость может быть значительно завышена при официальной оценке.
- **Продукты питания и фармацевтические препараты** – эти товары могут быть ввезены с целью обхода высоких пошлин и налогов на внутреннем рынке.

Тенденция к уклонению от уплаты налогов приводит к значительным потерям в государственном бюджете. На глобальном уровне, по данным Всемирной Таможенной Организации (WCO), контрабанда товаров ежегодно обходится странам в миллиарды долларов (World Customs Organization, 2023).

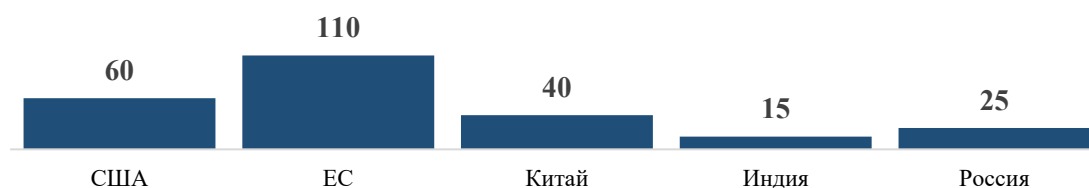


Рисунок 3: Потери госбюджетов по странам Мира в 2024 году из-за контрабанды, в млрд. \$

Источник: Составлено автором

Исходя из данных диаграммы (Рис.3), незаконный ввоз товаров на таможенную территорию указанных стран несет потери бюджетов в десятки млрд. \$. Особенно остро эта тема для ЕС и США, потери которых составили за 2024 год **110 и 60 млрд. \$** соответственно.

Контрабанда товаров имеет причины как со стороны государства, так и со стороны населения. С одной стороны, недостаточный контроль и слабое законодательство создают благоприятную почву для уклонения от уплаты налогов. С другой стороны, население часто прибегает к контрабанде из-за высоких цен на товары или желания сэкономить.

Данная проблема особенно актуальна для РМ в настоящее время. Ежегодно регистрируют сотни случаев контрабанды на таможенных территориях, что наносит значительный ущерб государственному бюджету. Особенно остро стоит проблема контрабанды сигарет, которая активно развивается на фоне увеличения объемов незаконного ввоза табачных изделий и алкоголя. Используя сложные схемы для обхода таможенных проверок, сигаретная мафия в Молдове продает товар по заниженным ценам, что подрывает легальный рынок и наносит значительные потери государственному бюджету, приводит к многомиллионным убыткам и способствует коррупции, так как многие участники схем используют взятки для обеспечения нелегального ввоза товаров (Генчу, 2024). Часть этих схем раскрыли. **В 2021 году** был раскрыт крупный контрабандный канал, связанный с незаконным ввозом алкоголя и табака, что привело к ущербу более **100 миллионов леев**. **В 2022** задержали груз с контрабандными сигаретами на сумму **45 миллионов леев**. **В 2023**

правоохранительные органы выявили контрабанду фармацевтических препаратов и медицинских товаров, предотвратив ущерб в миллионы леев. В этом году продолжал расти объем контрабанды сигарет, что привело к дополнительным потерям бюджета на сумму более **30 миллионов леев** (Point.md, 2024). **Не менее актуальна проблема коррупции** на таможенной территории. Например, в **2016** году операция «Паланка-Тудора» выявила крупное взяточничество на таможенных постах, что подчеркнуло масштабы коррупции, используемой для обхода пошлин и налогов (Мельник и Демиан, 2020).

Также хотелось бы выделить особо крупные случаи контрабанды в Мире. **В 2019** году **китайские** таможенные органы изъяли рекордное количество наркотиков, стоимостью свыше **1 млрд. \$**. **В 2021** было зафиксировано рекордное количество контрабандного оружия на сумму **50 млн. \$**, которое попало в **США** через южную границу, но было изъято. В тот же год **в России** было раскрыто крупное дело по контрабанде нефти на сумму более **30 млн \$**. Таких случаев достаточно много и их количество, к сожалению, продолжает расти (World Customs Organization, 2023).

ЗАКЛЮЧЕНИЯ/РЕКОМЕНДАЦИИ

В заключении, хотелось бы отметить, что влияние таможенной стоимости на борьбу с контрабандой и на финансовые поступления в государственный бюджет РМ нельзя переоценить. Точная и объективная оценка стоимости товаров способствует не только увеличению налоговых поступлений, но и снижению объемов контрабанды. Улучшение механизмов контроля и более точная оценка стоимости товаров способствуют повышению эффективности работы таможенных органов и стимулируют прозрачность внешней торговли.

Однако, несмотря на успехи в борьбе с контрабандой, случаи правонарушений продолжают выявляться. В последние годы было зафиксировано несколько крупных операций, например, в 2021 году, когда был раскрыт канал контрабанды алкогольных напитков и табачных изделий с ущербом в размере более 100 миллионов леев, или в 2023 году, когда была задержана крупная партия контрабандных сигарет и фармацевтических товаров, предотвратившая ущерб на миллионы леев. Рост "сигаретной мафии" также продолжает оставаться угрозой для экономики страны, так как контрабандные сигареты продаются по заниженным ценам, создавая конкуренцию легальной торговле и нанося ущерб бюджетным поступлениям. Тем не менее, несмотря на все скандалы, связанные с правонарушениями на территории таможни, именно правильная и объективная оценка стоимости ввозимых товаров, а также оперативные действия, принятые со стороны таможенных органов, помогли зафиксировать эти случаи, изъять незаконный товар и уменьшить урон на экономику.

Для дальнейшего улучшения ситуации в РМ рекомендуется:

- ☐ Сотрудничество с международными органами – укрепить связи с Всемирной Таможенной Организацией для обмена опытом и лучшими практиками.
- ☐ Внедрение **новых технологий** – ускорить использование автоматизированных систем для более точной оценки стоимости товаров.
- ☐ Повышение **квалификации сотрудников** – проводить регулярные тренинги для таможенников по новым методам контроля и выявлению контрабанды.
- ☐ Ужесточение **контроля за ценовыми декларациями** – усилить проверки достоверности информации о стоимости товаров для предотвращения налоговых уклонений.
- ☐ Использование **технологий для мониторинга контрабанды** – применить современные системы и базы данных для быстрого выявления контрабандных товаров.
- ☐ Ужесточение **наказаний за нарушения** – увеличить штрафы и наказания для контрабандистов и коррупционеров среди таможенников.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Point.md. (2023). *Ионицэ: Бюджет страны потеряет до 600 млн леев.* <https://point.md/ru/novosti/ekonomika/ionitse-biudzheth-strany-poteriaet-do-600-mln-leev/>.
2. Point.md. (2024). *В Молдове растет число попыток контрабанды сигарет, наркотиков и денег* <https://point.md/ru/novosti/obschestvo/v-moldove-rastet-chislo-popytok-kontrabandy-sigaret-narkotikov-i-deneg/>.
3. World Customs Organization. (2023). *Report on Illicit Trade.* https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/enforcement-and-compliance/activities-and-programmes/illicit-trade-report/itr_2023_en.pdf.
4. Генчу, М. (2024). *Сигаретная мафия: в Молдове стремительно растут объемы контрабанды* <https://bloknot-moldova.ru/news/sigaretnaya-mafiya-v-moldove-stremitelno-rastut-ob-1776469>.
5. Государственная Таможенная служба. (2024). *Informatia privind perceperea drepturilor de import-export pentru anii 1998-2024.* <https://customs.gov.md/ro/articles/date-statistice>,
6. Костина, Н. С. (2019). *Таможенное право. Теория и практика.* М.: Издательство МГЮА.
7. Мельник, Н., & Демиан, К. (2020). *Как в Молдове берут взятки на таможене.* <https://newsmaker.md/ru/strana-kontrabasa-kak-berut-vzyatki-na-tamozhne>.
8. Парламент Республики Молдова. (2021). *Таможенный кодекс Республики Молдова №95 / 2021* https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146677&lang=ru#.

Coordonator științific: CHICU Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 (022) 40-27-72
e-mail: chicu.nadejda@ase.md

INFLUENCE OF STOCK TRADING APPLICATIONS ON THE SOCIAL-ECONOMIC SYSTEM

INFLUENȚA APLICAȚIILOR DE TRANZACȚIONARE PE BURSĂ ASUPRA SISTEMULUI SOCIO-ECONOMIC

LAVRIC Marius, student, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: lavric.marius@ase.md

Abstract: The digital transformation has significantly enhanced access to financial markets through stock trading applications. These platforms have democratized investing, but they have also introduced considerable risks, such as excessive speculation and overexposure. A crucial factor is the influence of social media on novice investors, who often adopt high-risk strategies without proper knowledge.

Studies show that users of these applications exhibit a higher risk tolerance than traditional investors, which can lead either to substantial losses or to growth through financial education. In response, the brokerage industry has adapted by lowering fees or launching its own trading platforms. To mitigate risks and enhance investor competence, integrating financial education and trading simulators into these applications is essential.

Keywords: Trading apps, Investments, Stock market, Capital market, Risk, Financial education

JEL CLASSIFICATION: O16

INTRODUCERE

În era globalizării accelerate și a transformării digitale, tehnologia a devenit un catalizator major al schimbărilor socio-economice. Printre inovațiile de vârf se numără și aplicațiile de tranzacționare cu acțiuni, care au condus la o creștere a participării la bursă. Însă, care sunt efectele adverse ale acestei inovații?

Aplicațiile de tranzacționare cu acțiuni sunt un fenomen recent apărut, astfel cercetări bazate pe date concrete sunt foarte puține. Articolul „*The effects of trading apps on investment behavior over time*”, scris de Jonas Freibauer, Silja Grawert și Marc Oliver Rieger, este printre singurele cercetări bazate pe date colectate de la persoane obișnuite, în baza unui eșantion.

Scopul cercetării constă în enunțarea efectelor adverse ale promovării aplicațiilor de tranzacționare cu acțiuni și determinarea unor soluții pentru a fortifica efectul lor pozitiv.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Aplicațiile de tranzacționare cu acțiuni – program software pentru PC sau telefon, care permit utilizatorilor să depună resurse financiare, pentru a cumpăra și vinde online: acțiuni, obligațiuni, valori mobiliare, hârtii de valoare și alte instrumente derivate.

Lansarea acestor aplicații mobile a inaugurat o nouă eră în domeniul investițiilor și tranzacționării la bursă. Aceste platforme au facilitat accesul la piețele globale de capital, permițând investitorilor de orice rang și de oriunde să cumpere și să vândă acțiuni, obligațiuni, criptomonede și toate celelalte instrumente financiare care există la o piață externă de valori. Astfel, investitorii pot profita de oportunitățile de pe piețele emergente (Rungsimuntakul, 2024).

Conținutul educațional care este regăsit pe aceste platforme, dar și pe social media, atrage noi potențiali investitori. Pe lângă acesta, platformele de tranzacționare cu acțiuni oferă accesul la informații despre piețele de capital, pin o mulțime de date și instrumente de analiză ce sunt furniza-

te de acestea. De asemenea, prin intermediul rețelelor de social media se formează comunități globale de investitori.

Un element cheie al acestor inovații financiare este tranzacționarea cu comisioane minime sau fără acestea. Astfel, aplicațiile de tranzacționare cu acțiuni au mărit activitatea de tranzacționare, însă au perturbat industria tradițională de brokeraj. Brokerii trebuie să-și adapteze serviciile lor, care adesea necesită comisioane semnificative și o sumă minimă de capital. În contextul dat, mulți dintre ei și-au redus taxele, unii s-au redirecționat către serviciile online de brokeraj, însă alții și-au lansat propriile aplicații de tranzacționare cu acțiuni.

Articolul „*How Stock Trading Apps Have Influenced the Financial Markets*” publicat pe site-ul „*espresso*”, scoate la iveală un efect ce trebuie luat în considerare, anume *tranzacționarea socială* sau *tranzacționarea copie*, care constă în observarea și reproducerea tranzacțiilor investitorilor de succes, de către utilizatorii începători. Conform Figurii 3, platformele de social media și diferite comunități online au un efect mai mare asupra utilizatorilor de aplicații de tranzacționare cu acțiuni, în timp ce investitorilor generali se bazează mai mult pe propriile păreri. Astfel, social media participă la formarea efectului dat, prin furnizarea de idei de investiții, tutoriale, master-clasuri și cursuri. Acestea promovează, foarte tare, tranzacțiile speculative și creează un mediu dificil pentru investitorii pe termen lung.

În urma unor cercetări, Jonas Freibauer, Silja Grawert și Marc Oliver Rieger, cercetători implicați în domeniul economiei comportamentale și finanțelor, au publicat un articol cu denumirea „*The effects of trading apps on investment behavior over time*”, în care au redat rezultatele cercetărilor lor. Unul dintre rezultate este extras în tabelul 1.

Tabelul 1: Gradul de toleranță la risc a utilizatorilor de aplicații de tranzacționare cu acțiuni și a investitorilor generali

Gradul toleranței la risc	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Structura răspunsurilor utilizatorilor de aplicații de tranzacționare cu acțiuni, %	1,6	1,6	2,8	9,3	11,8	20,3	14,2	16,3	16,3	1,6	4,1
Structura răspunsurilor investitorilor generali, %	4,2	3,7	10,5	6,3	7,9	18,3	22,5	15,2	6,8	2,6	2,1

Note: 0 = cel mai mic nivel de toleranță la risc; 10 = cel mai mare nivel de toleranță la risc .

Sursa: (Freibauer, et al., 2024)

Conform rezultatelor studiului, utilizatorii de aplicații de tranzacționare cu acțiuni au o toleranță mai mare la risc (media 6,69), de cât investitorii generali (6,07). Prin urmare, utilizatorii de aplicații de tranzacționare cu acțiuni sunt dispuși să riște să piardă investițiile pentru a obține un randament potențial mai mare, orientându-se mai mult spre tranzacționarea cu acțiuni, și alocă mai puțin în obligațiuni (Butler, 2022).

Jonas Freibauer, Silja Grawert și Marc Oliver Rieger (2024) au remarcat că, pe termen lung, această situația ar putea să evolueze în două direcții:

1) Utilizatorii începători de neobrokeri vor înceta activitatea de investiții, ce contravine creșterii stabile a participării la bursă și dezvoltării durabile. Aceasta se va datora unui șir de pierderi considerabile ce vor demotiva participantul la bursă să mai activeze.

2) Într-un scenariu contrar, rentabilitatea investițiilor vor crește pe termen lung, ca urmare a gestiunii corecte a toleranței la risc. În urma unor posibile pierderi considerabile, utilizatorii de aplicații de tranzacționare la bursă vor continua activitatea de investiții. Își vor spori cunoștințele financiare și vor realiza investiții mai rezonabile. Pentru aceasta vor lua în considerare investițiile pe termen lung, vor evita subdiversificarea capitalului investit și sutrandingul.

CONCLUZII ȘI REZULTATE

O mare parte din utilizatorii de aplicații de tranzacționare cu acțiuni au fost inspirați de social media sau de prieteni să investească prin intermediul acestor instrumente. Problema principală a acestor utilizatori este lipsa cunoștințelor, abilităților și experienței pentru această activitate. Prin urmare, astfel de noi investitori se conduc după modelele care sunt promovate pe internet, care sunt mai mult cu scop comercial și mai puțin educativ. O soluție pentru astfel de cazuri este încurajarea platformelor de educație financiară și promovarea simulatoarelor de tranzacționare pe care unele aplicații de tranzacționare la bură le-au implementat. Acest ar reduce numărul de investitori care își asune riscuri inconștient.

În contextul în care dispare nevoia de intrermediar pentru a efectua o investiție, brokerii ar trebui să satisfacă o altă nevoie actuală, anume, nevoia de cunoștințe în domeniul financiar, economic și investițional. Astfel, o soluție pentru brokeri generali ar fi orientarea către furnizarea de cursuri de tranzacționare pe bursă.

REFERINȚE:

1. Autor necunoscut (24 iulie 2023). *How Stock Trading Apps Have Influenced the Financial Markets*. <https://www.myespresso.com/share-market-knowledge/trading-app/how-stock-trading-apps-have-influenced-the-financial-markets>.
2. Butler, C. (8 mai 2022). *Understanding Risk Tolerance*. https://www.investopedia.com/articles/pf/07/risk_tolerance.asp.
3. Freibauer, J., Grawert, S., & Rieger, M. (12 septembrie 2024). The effects of trading apps on investment behavior over time. *The European Journal of Finance*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1351847X.2024.2401604#d1e157>.
4. Rungsimuntakul, K. (5 marie 2024). *The Impact of Digital Trading on Investment Opportunities*. <https://sevenpeakssoftware.com/blog/impact-of-digital-trading-investments>.

Coordonator științific: BĂNCILĂ Natalia, dr. hab., prof. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bancila.natalia@ase.md

COMPARATIVE ANALYSIS OF PERSONAL INCOME TAXATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND OTHER COUNTRIES: EFFICIENCY AND IMPACT

ANALIZA COMPARATIVĂ A IMPOZITĂRII VENITURILOR PERSOANELOR FIZICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA ȘI ALTE STATE: EFICIENȚĂ ȘI IMPACT

LOGHIN Daniela, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: loghin.daniela@ase.md

Abstract: Due to the differences between tax systems in various countries, their comparative analysis is very important for setting relevant standards for the Republic of Moldova. The study focuses on the taxation of individual income in the Republic of Moldova, Romania, Ukraine, France and Austria, using the methodology of legislative comparison, statistical data and academic research. The research focuses on five indicators: taxpayer, taxable income, capital gains, deductions and tax rates. The objectives are to assess the efficiency and impact of these systems and to find appropriate solutions in the Moldovan context. The results indicate that progressive regimes in France and Austria significantly reduce inequality through efficient redistribution, while proportional regimes in Moldova, Romania and Ukraine are less complex but also less socially efficient. This research argues that more efficient elements of progressive regimes should be adopted in Moldova in order to increase the fairness and efficiency of the tax system. Significant differences in tax deductions and capital gains taxation have a direct impact on taxpayers' net income and tax compliance.

Key words: income, tax, subject, stock options, capital gains, deductions, rates.

JEL CLASSIFICATION: H24, H25

INTRODUCERE

Impozitul pe venit al persoanelor fizice reprezintă o componentă esențială a sistemului fiscal, fiind una din principalele surse de finanțarea a bugetului public național. Acesta joacă un rol crucial în echilibrul statului, prin elementul redistribuirii veniturilor și acoperirii cheltuielilor publice simultan cu colectarea sa de la contribuabili. Articolul investighează sistemele de impozitare a veniturilor persoanelor fizice din Republica Moldova, România, Ucraina, Franța și Austria, în primele trei state fiind aplicată o cotă de impozitare proporțională, iar pentru ultimele două - o cotă progresivă. Metodologia utilizată în elaborarea articolului combină analiza comparativă legislativă cu date statistice, și studii de specialitate, cu o evaluare a impactului economic și social al fiecărui sistem de impozitare. Prin acest articol ne propunem să identificăm cele mai bune practici în materie de impozitare a veniturilor persoanelor fizice, deci să evaluăm relevanța practicilor altor state pentru țara noastră la nivel teoretic.

CONȚINUT DE BAZĂ

Evaluarea comparativă efectuată privind analiza impozitului pe venit a persoanelor fizice în Republica Moldova, în comparație cu statele vecine și două state europene, este elaborată în baza a cinci indicatori de bază: venituri din salarii, venituri din activități independente și din afaceri, venituri din investiții impozitarea câștigurilor de capital, deduceri și cote de impozitare. Acestea sunt prezentate în Tabelul 1, iar examinarea este descrisă pe paragrafe în cadrul articolului.

Primul "venituri din salarii", are asemănări prin faptul că toate statele impozitează veniturile din salarii. Deosebiri sunt că Moldova aplică o reținere cumulativă lunară. România are reguli speciale pentru nerezidenți. Ucraina include beneficii în venituri și aplică și o taxă militară. Austria și Franța aplică sisteme progresive, însă Franța include taxe sociale suplimentare. Al doilea "venituri din activități independente și afaceri" asemănările ar fi faptul că toate statele impozitează veniturile obținute din activități independente. Cât însă despre deosebiri, Moldova permite calcularea venitului net ca diferență între venituri și cheltuieli. România și Ucraina au regimuri simplificate pentru antreprenori. Austria impune reguli stricte privind raportarea contabilă. Franța împarte veniturile din activități independente în trei categorii: comerciale, profesionale și agricole. Al treilea "venituri din investiții" asemănările sunt că toate statele impun taxe asupra dividendelor, dobânzilor și câștigurilor de capital. Însă deosebiri ar fi că Moldova și România aplică cote fixe. Ucraina diferențiază impozitarea în funcție de rezidență. Austria aplică un impozit reținut la sursă de 27,5% pentru dividende. Franța are o taxă combinată de 30% (12,8% impozit pe venit + 17,2% contribuții sociale).

Prin examinarea indicatorului "impozitare a câștigurilor de capital" asemănările sunt că toate țările impozitează câștigurile din transferurile de valori mobiliare și bunuri imobile. Cât despre deosebiri Moldova aplică o abordare mai simplistă, cu impozitare pe câștigul global. România și Ucraina au sisteme mai nuanțate, cu posibilitatea compensării pierderilor. Austria aplică o cotă fixă de 27,5% pentru câștigurile din acțiuni și 30% pentru imobile. Iar, Franța aplică o taxă forfetară de 30%, dar oferă posibilitatea de impozitare progresivă.

Ceea ce ține de "deduceri" următoarea asemănare reprezintă faptul că toate țările oferă deduceri fiscale pentru contribuabili, dar în mod diferit. Deosebiri sunt că Moldova are deduceri generale pentru angajați. România și Ucraina aplică deduceri personale și suplimentare pentru copii și educație. Iar, Austria și Franța au sisteme mai complexe, incluzând deduceri pentru cheltuieli profesionale și sociale.

Unul din cele mai importante criterii "cote de impozitare" asemănarea este că toate țările aplică impozite pe venit, dar regimurile diferă. Aceste diferențe sunt că: Moldova și România aplică un sistem proporțional (Moldova: 12% sau 6%, România: 10%), Ucraina are cote de 0%, 5%, 9% și 18%, în funcție de tipul de venit, iar Austria și Franța aplică un sistem progresiv: Austria: de la 0% (pentru venituri sub 11.000 EUR) până la 55% (peste 1.000.000 EUR). Franța: de la 0% până la 45% (pentru veniturile foarte mari).

Tabelul 1. Analiza comparativă a impozitului pe venit a persoanelor fizice

Criterii de comparare	Republica Moldova	România	Ucraina	Austria	Franța
Venituri din salarii	Venit la sursa de plată se calculează cumulativ din începutul anului fiscal sau de la angajare scutirile. Se aplică din luna următoare depunerii cererii, iar în luna angajării nu se acordă. Angajatorul întocmește o fișă personală pentru fiecare angajat evidențind veniturile și impozitul reținut.	Beneficiarii de venituri din salarii și asimilate salariilor datorează un impozit lunar, final, care se calculează și se reține la sursă de către plătitorii de venituri, cu excepția persoanelor fizice care realizează în România venituri din salarii și asimilate salariilor ca urmare a contractelor de muncă încheiate cu angajatori care nu sunt rezidenți fiscali	Veniturile impozitate din salarii includ toate compensațiile primite în numerar sau natură, dintre care salariile de bază, primele bonusurile, plățile suplimentare oferite de angajatori. Sunt impozitate beneficiile acordate de angajatori: cum ar fi cazarea, mașinile corporative și asistență medicală, dacă nu sunt exceptate prin lege, iar impozitul pe	Persoanele angajate sunt în supuse impozitului pe venit de remunerare și toate beneficiile primite din angajare. Ele includ salariile, bonusurile, remunerației și beneficii acordate pentru serviciile prestate într-o funcție publică sau în angajare privată, pensii și alte beneficii primite de un fost angajat sau de soțul sau descendenții.	Venitul din salarii în Franța include toate compensațiile plătite de angajatori, precum salariul de bază și beneficii suplimentare (ex. utilizarea mașinii de serviciu, mese plătite). Nu sunt incluse în venitul impozabil plățile pentru contribuții la pensii sau asigurări medicale, precum și cheltuielile

		români, pentru care sunt aplicabile prevederile art. 8 din CF	venit din salariu este fix pe lângă aceasta se aplică și o taxă militară .		legate de concedii și mutări pentru străini. Acest venit este supus unor cote progresive de impozitare și poate fi afectat de taxe sociale , precum CSG și CRDS
Venituri din activități independente și din afaceri	Activități profesionale presupun că veniturile obținute de profesiile libere (de exemplu, avocați, doctori) și întreprinderile individuale. Venituri din comerț: Veniturile provenite din vânzarea de bunuri și servicii de către persoanele fizice care desfășoară activitate economică. Impozitare: Veniturile se pot impozita prin metoda globală (venitul total pe an) sau separată, în funcție de tipul venitului. Declarație fiscală: Toate veniturile trebuie declarate prin Declarația cu privire la impozitul pe venit, cu respectarea obligațiilor fiscale.	Veniturile din activități independente includ veniturile din activități de producție, veniturile din comerț, veniturile din prestări de servicii și veniturile din activități independente, indiferent dacă sunt efectuate individual și/sau într-o formă de asociere, precum și activități conex. Calculul venitului net se determină ca diferența dintre venitul brut și cheltuielile deductibile. Pentru activități independente desfășurate în baza contractelor de activitate sportivă, impozitul este reținut și plătit lunar de către plătitorul de venit.	Tipuri de venituri impozabile: producție, comerț, prestări servicii și alte activități economice desfășurate individual sau în asociere. Calculul venitului impozabil se determină ca diferență dintre venitul brut și cheltuielile deductibile. Conform regimului fiscal persoanele fizice sunt impozitate în funcție de regimul fiscal ales antreprenorii din sistemul simplificat beneficiază când regim special de impozitare	Persoanele fizice care acționează în mod independent în nume propriu și pe propriul risc sunt supuse impozitului pe venit pentru veniturile obținute din activități independente sau din activități comerciale. Veniturile din afaceri includ veniturile din activități desfășurate prin intermediul unei entități comerciale sau prin intermediul unui parteneriat, în timp ce veniturile din activități independente includ în principal venituri din servicii profesionale prestate În general, toate veniturile atribuite activităților independente sau afacerilor, inclusiv câștigurile din vânzarea proprietății utilizate într-o afacere sau profesie, sunt supuse impozitului pe venit.	Categorii de venituri: Veniturile din activități independente se împart în trei categorii: comerciale (inclusiv meserii), profesionale și agricole. Fiecare categorie poate avea reguli fiscale specifice. Metoda contabilității: Persoanele care desfășoară activități comerciale sunt obligate să utilizeze metoda contabilității de angajamente, ceea ce înseamnă că trebuie să includă toate încasările și cheltuielile în venitul impozabil.

Venituri din investiții	Dividende sunt venituri din repartizarea profitului societăților comerciale către acționari. Interese sunt venituri provenite din depunerile bancare, titluri de valoare, sau orice alte creanțe, care se impozitează separat. Royalty reprezintă venituri din drepturile de utilizare a proprietății intelectuale sau a eesurselor naturale	Veniturile din investiții includ următoarele: • Venituri din dividende • Venituri din dobânzi • Câștiguri din transferuri de valori mobiliare (inclusiv planuri de opțiuni pe acțiuni) și alte operațiuni care implică instrumente financiare (inclusiv instrumente financiare derivate) • Venituri din transferul de aur financiar • Venituri din lichidarea unei persoane juridic	Veniturile impozabile din investiții sunt dividendele, de la companii rezidente sunt impozitate cu o cotă de 5 %, iar de la cele nerezidente cu 9%. Redevențe sunt obținute din lezarea drepturilor de proprietate intelectuală, la fel sunt impozitate dividendele și redevențele cu 5%, 9% sau 18 % în funcție de sursa veniturilor	Un impozit final reținut la sursă la o cotă de 27,5% este impus pentru dividende. O taxă finală reținută la sursă la o cotă de 25% este impusă asupra veniturilor din investiții din depozitele de economii și conturile curente provenite din surse austriece de către rezidenți. Toate celelalte venituri impozabile din investiții sunt supuse unui impozit la o cotă de 27,5%. Cheltuielile legate de dividende și dobânzi nu sunt deductibile.	Veniturile impozitabile din investiții sunt constituite din dobânzi, dividende, câștiguri de capital, venituri din asigurări de viață și redevențe. Impozitele sunt în general de ordinul 30% (12,8% impozit pe venit și 17,2% contribuții sociale), după care se poate opta pentru impozitare progresivă. Redevențele se impozitează cu 33,33%, cu posibilitatea de deduceri conform tratatelor fiscale.
Impozitarea câștigurilor de capital	Câștigul de capital este calculat ca diferența pozitivă dintre suma obținută din vânzarea activului și baza valorică a acestuia. Baza valorică este suma plătită pentru achiziționarea activului, ajustată pentru uzură și modificări fizice. Câștigurile de capital sunt impozitate, cu excepția câștigurilor din vânzarea locuințelor utilizate ca reședință principală.	Impozitarea: câștigurile din transferurile de valori mobiliare sunt impozitate cu 10%, iar cele din operațiuni cu aur financiar sunt impozitate în baza diferenței dintre prețul de vânzare și valoarea fiscală. Determinarea câștigului: se calculează ca diferența pozitivă dintre prețul de vânzare și valoarea fiscală a titlurilor de valoare, incluzând costurile de tranzacție. Pentru acțiunile obținute la preț nul, valoarea fiscală esre considerată zero.	Câștigurile de capital reprezintă diferența dintre veniturile din vânzarea activelor de investiții și cheltuielile legate de achiziționare acestora, doar dacă îl depășește 3760 UAH. Pierderile din vânzarea activelor pot fi deduse din câștigurile obținute în același an și raportate în anii următori. Persoanele fizice trebuie să raporteze aceste tranzacții separat în declarația fiscală anuală, iar brocherii pot fi agenții fiscal al tranzacțiilor.	Cote de impozitare pentru câștigurile de capital sunt de 27,5% pentru câștigurile din vânzarea acțiunilor corporațiilor. 30% pentru câștigurile din vânzarea bunurilor imobiliare, cu baza de impozitare variind în funcție de data achiziției. Câștigurile din alte active private sunt neimpozabile dacă au fost deținute mai mult de un an. Activele deținute mai puțin de un an sunt impozitate la ratele obișnuite. Pierderile pot fi compensate cu câștigurile speculative, dar nerezidenții nu	Câștigurile de capital în Franța sunt impozitate astfel: Impozit forfetar: 30% total pentru vânzarea de acțiuni și obligațiuni. Cotele progresive: Posibilitatea de a opta pentru cote progresive pentru câștiguri anual sub 300.000 EUR, cu o reducere a bazei de impozitare de 50%. Cote suplimentare: Câștigurile care depășesc 50.000 EUR pot avea impozite suplimentare de 2-6%.

				beneficiază de aceleași alocații ca rezidenții	
Deduceri	Minimul neimpozabil reprezintă că fiecare contribuabil are dreptul la un minim neimpozabil, variabil în funcție de sarcina socială. Scutiri pentru angajați pot fi obținute deduceri la locul de muncă, prin depunerea unei cereri și documentelor justificative la angajator. Tipuri de deduceri includ deducerea personală majoră pentru contribuabili și deduceri pentru persoanele întreținute (soț/soție, copii), precum și alte deduceri specifice în funcție de circumstanțele individuale	Deducerea personală de bază se aplică persoanelor cu un venit salarial lunar brut până la 2000 lei peste salariul minim brut. Aceasta nu este disponibil pentru veniturile peste acest nivel. Deducerea persoanelor suplimentară este oferită în funcție de venitul lunar brut și numărul de copii aflați la întreținere, cu 100 lei lunar pentru fiecare copil înscris la învățământ, până la 18 ani. De asemenea, persoanele sub 26 ani pot beneficia de o deducere de 15% din venitul salarial minim brut, iar pentru câștigurile din exploatarea desfășurate pe o perioadă mai mare de 365 de zile, se aplică deducerea 1%.	Venitul salarial impozabil primit de la un angajator ucrainean poate fi redus cu ajutorul impozitului social, care variază de la jumătate la două minime de existență pentru angajat la 1 ianuarie a anului de raportare. Un rezident fiscal ucrainean care are un Cod de identificare fiscală poate solicita o reducere fiscală prin deducerea din veniturile salariale a sumei anumitor sume plătite rezidenților ucraineni în cursul anului fiscal.	Angajații pot deduce costuri pentru cărți profesionale, cheltuieli pentru întreținerea a două gospodării și contribuțiile bisericii. Există o deducere standard de 132 EUR pentru cheltuieli de afaceri, cu opțiunea de a deduce mai mult, dacă se demonstrează cheltuieli reale. Sumele plătite pentru asigurările sociale sunt deductibile dacă sunt impuse de lege. Praguri de venit impozabil: Venitul sub 11.000 EUR pentru rezidenți și până la 2.000 EUR pentru nerezidenți este scutit de impozit.	Deducerile pentru impozitul pe venit al persoanelor fizice includ cheltuieli și contribuții ce pot fi scăzute din venitul brut, contribuind la reducerea impozitului datorat. Acestea includ contribuția socială generală (CSG) deductibilă, cheltuielile pentru pensiuni alimentare, cheltuielile de cazare pentru persoanele de peste 75 de ani, contribuțiile la fondurile de pensii și asigurările de sănătate, precum și cheltuielile pentru reparații majore efectuate de proprietari.(4)
Cote de impozitare	Impozitare globală Venituri impozitate printr-o cotă globală, de regulă de 12% sau 6%. Impozitare separată Venituri impozitate separat, cu cote specifice: Dividende de la agenți economici rezidenți: 6%. Venituri din jocuri de noroc: 12% (2024) și 18% (2025). Câștiguri de la campaniile promoționale:	Cota de impozit este de 10% și se aplică asupra venitului impozabil corespunzător sursei din fiecare categorie pentru determinarea pe venituri. (3, art.61, Capitol 1, Titlul 4, C.F.) Venituri din chirii: Cota de impozitare este de 10% aplicată veniturilor brute din chirii. Dividende: O cotă de impozitare de 8% se aplică dividendelor	Impozitele pe venit sunt aplicate la cote fixe de 0% 5 %, 9% și 18 % în funcție de tipul de venit veniturile. Înstrăinarea bunurilor imobile sunt impozitate cu 0%, 5% sau 18%, în funcție de durata dreptului de proprietate, frecvență înstrăinărilor, tipul proprietății și statutul de rezidență. 18% se aplică majorității venituri inclusiv salariilor	In Austria, cotele de impozitare la venitul personal variază în funcție de nivelul venitului impozabil. Iată un rezumat al cotelor de impozitare pentru persoanele fizice cu reședința obișnuită: 0% pentru venitul sub 11.000 EUR. 27% pentru venitul din intervalul 11.693 - 18.336 EUR. 35% pentru intervalul	Cotele progresive: Impozitul pe venit al persoanelor fizice este perceput la cote progresive, cu o cotă maximă de 45% Cotele specifice: Venitul impozabil este subiectul unor intervale care determină diferite cote de impozitare în funcție de venitul anual. Impozitul pe câștigurile de

	12%. Venituri din transmiterea proprietății: De la agenți economici: 10% (2021) și 12% (2022-2025). De la persoane fizice: 7%	distribuite. Venituri din transferuri de valori mobiliare: Subiecții plătesc un impozit pe câștigurile de capital la o cotă de 10%. Venituri din dobânzi: Un impozit final reținut la sursă de 10% se aplică veniturilor din dobânzi. Venituri din alte surse: Acestea sunt impozitate cu o cotă de 10%. Venituri a căror sursă nu este identificată: Se aplică un impozit de 16%.	și venituri din non-angajare. 9% se aplică dividendelor primite de la companii nerezidente sau insuși de investiții colective. 5% se aplică dividendele primite de la companii rezidente , iar cadourile și moștenirile sunt impozitate cu 0%, 5%, sau 18% în funcție de statutul de rezidență al testatorului și moștenitorului, precum și gradul de rudenie între aceștia.	18.336 - 31.000 EUR. 42% pentru intervalul 31.000 - 60.000 EUR. 48% pentru intervalul 60.000 - 90.000 EUR. 50% pentru intervalul 90.000 - 1.000.000 EUR. 55% pentru venitul peste 1.000.000 EUR	capital: Câștigurile de capital au o cotă totală de 30% (12,8% impozit pe venit și 17,2% taxe sociale). Impozitul pe veniturile din închirierea bunurilor imobile: Este supus impozitului pe venit, plus 17,2% CSG, iar redevențele din proprietatea industrială sunt impozitate la o cotă de 33,33%(4)

Sursa: Elaborat de autor în baza, (Ernst & Young Global Ltd., 2024) (Parlamentul R.M., 1997) (Parlamentul ROM., 2015) (Nadejda, 2025) (Ministerul Finanțelor Publice al FR., 2024)

CONCLUZII

După a fost analizat comparativ fiecare criteriu a sistemelor de impozitare a persoanelor fizice din Republica Moldova, Ucraina, România, Austria și Franța, s-au evidențiat câteva divergențe semnificative, atât din punct de vedere legislativ, modul de aplicare cât și impactul socio-economic asupra acestor state. Sistemele care aplică cote progresive din Franța și Austria se disting prin capacitatea lor de a reduce din inegalitățile prin redistribuirea eficientă și eficace a veniturilor, în paralel cu regimurile proporționale de aplicare a cotelor din Moldova, România și Ucraina. Cele din urmă, chiar dacă sunt mai simplu de aplicat din punct de vedere metodologic creează o inegalitate în ceea ce privește echitatea socială, ea pune o presiune mai mare pe categoria societății cu venit mediu, pe ei fiind plasată greutatea fiscală a statului. De asemenea, divergențe, e în impozitarea câștigurilor de capital și reglementările privind rdeducerea fiscală au impact direct asupra nivelului de trai și al comportamentului fiscal al contribuabililor. Astfel, Republica Moldova ar putea beneficia de o revizuire a sistemului său fiscal, prin integrarea elementelor din regimurile progresive de impunere, pentru a se îmbunătăți sistemul fiscal național și a contribui la „egalitatea prin impozit” și la „egalitatea în fața impozitelor” în societate (Berghe, 2025). Finalmente, o reformă fiscală adaptată la cele mai bune practici internaționale ar putea sprijini o dezvoltare sustenabilă a Republicii Moldova.

REFERINȚE:

1. Ernst & Young Global Ltd. (2024). *Worldwide Personal Tax and Immigration Guide 2023-24*. https://www.ey.com/en_gl/technical/tax-guides/worldwide-personal-tax-and-immigration-guide
2. Ministerul Finanțelor Publice al FR. (2024). *AVIS D'IMPÔT SUR LE REVENU*. https://www.impots.gouv.fr/sites/default/files/media/8_transverse/open_data/ir_ifi/algorithme_ir.pdf
3. Berghe, N. (2025). *Note de curs. Fiscalitate*. Chișinău.
4. Parlamentul R.M. (1997, septembrie 18). *Cod Fiscal*. Monitorul Oficial: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146721&lang=ro#
5. Parlamentul ROM. (2015, septembrie 10). *Cod Fiscal*. Monitor Oficial: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/171282>

Coordonator științific: BERGHE Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: berghe.nadejda@ase.md

THE IMPACT OF TAXES AND DUTIES ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

IMPACTUL IMPOZITELOR ȘI TAXELOR ASUPRA DEZVOLTĂRII ECONOMICE A REPUBLICII MOLDOVA

LUCHIAN Valeria, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: luchian.valeria@ase.md

Abstract: In the Republic of Moldova, taxes and duties serve as the main instruments for ensuring public revenue and supporting socio-economic development. This paper examines the structure of the national tax system, distinguishing between direct and indirect taxes, and analyzes their influence on economic performance, business competitiveness, and the standard of living. Emphasis is placed on the simulated fiscal impact on a company in the retail sector, illustrating how changes in profit tax rates and VAT affect net income, investment behavior, and overall financial performance. Furthermore, the study discusses how tax policy influences key areas such as consumption, labor costs, foreign investment attraction, and the informal economy. Particular attention is given to the balance between the state's revenue needs and the importance of maintaining a business-friendly fiscal climate. The findings highlight the need for coherent, predictable, and fair fiscal policies that stimulate growth, reduce inequalities, and strengthen long-term financial sustainability. The role of taxation is not limited to revenue collection but extends to shaping economic behavior, supporting public trust, and building a resilient fiscal framework.

Key words: Fiscal Policy, Economic Development, Direct Taxes, Indirect Taxes, Tax Burden

JEL CLASSIFICATION: G18, G28, G38, G53

INTRODUCERE

În Republica Moldova, impozitele și taxele reprezintă principala sursă de finanțare a bugetului național, având un impact direct asupra stabilității economice și nivelului de trai al populației. Politicile fiscale sunt concepute pentru a îndeplini mai multe obiective, printre care finanțarea cheltuielilor publice, redistribuirea veniturilor și stimularea dezvoltării economice prin diverse facilități fiscale.

De-a lungul anilor, structura sistemului fiscal a suferit modificări semnificative, în încercarea de a echilibra nevoia statului de a obține venituri suficiente cu necesitatea de a menține un mediu economic competitiv și favorabil antreprenoriatului. Dacă impozitele pe venit și profit vizează în principal agenții economici și salariații, impozitele indirecte, precum TVA-ul și accizele, au un impact generalizat asupra tuturor consumatorilor. Acestea din urmă, deși mai ușor de colectat, pot afecta în mod disproporționat categoriile sociale cu venituri mai mici, reducându-le puterea de cumpărare și influențând consumul. În schimb, facilitățile fiscale, scutirile de taxe sau reducerea cotelor de impozitare pentru anumite sectoare strategice pot deveni instrumente eficiente pentru stimularea economiei. (Berghe, 2023)

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Esența unui sistem fiscal eficient constă în capacitatea acestuia de a asigura venituri suficiente pentru stat, fără a inhiba dezvoltarea economică. În Republica Moldova, impozitele sunt clasificate în două mari categorii: directe și indirecte. Impozitele directe, precum cele pe venit și cele pe proprietate, sunt stabilite în funcție de veniturile realizate sau de valoarea activelor deținute, fiind plătite în mod direct de contribuabil. În schimb, impozitele indirecte, cum sunt TVA-ul și accizele, sunt incluse în prețul bunurilor și serviciilor și sunt suportate de consumatori în momentul achiziției. Dintre cele

două tipuri de impozite, cele indirecte au o pondere mai mare în veniturile statului, deoarece sunt aplicate pe consum și sunt mai ușor de colectat. Cu toate acestea, dependența excesivă de aceste impozite poate crea dezechilibre sociale, afectând în mod special categoriile vulnerabile ale populației, care alocă o proporție mai mare din venituri pentru consumul zilnic. În acest context, apare necesitatea unei politici fiscale echilibrate, care să combine eficient impozitarea veniturilor cu impozitarea consumului, astfel încât să nu creeze distorsiuni economice majore. (Berghe, 2023)

O altă distincție importantă în fiscalitate este cea dintre impozite și taxe. În timp ce impozitele reprezintă plăți obligatorii fără un beneficiu direct imediat pentru contribuabil, taxele sunt sume percepute de stat pentru anumite servicii prestate. De exemplu, un impozit poate fi impus asupra salariilor sau profiturilor, fără ca persoana impozitată să primească un serviciu specific în schimb, în timp ce taxele sunt percepute pentru servicii concrete, cum ar fi înregistrarea unei afaceri, eliberarea unui act administrativ sau utilizarea unor infrastructuri publice. (Secieru et al, 2015)

Pentru o mai bună înțelegere a acestor diferențe, în tabelul 1 sunt evidențiate principalele caracteristici ale impozitelor și taxelor, subliniind impactul acestora asupra contribuabililor și asupra economiei naționale.

Tabelul 1. Diferențele dintre impozite și taxe în Republica Moldova

Caracteristică	Impozite	Taxe
Obligație fiscală	Plată obligatorie percepută de stat fără contraprestație directă, destinată finanțării cheltuielilor publice.	Plată obligatorie efectuată în schimbul unui serviciu prestat de stat.
Destinație	Formarea veniturilor publice, susținerea cheltuielilor sociale, economice și administrative ale statului.	Acoperirea costurilor serviciilor oferite de stat contribuabililor.
Impact economic	Afectează veniturile populației și ale companiilor, influențează prețurile bunurilor și serviciilor, determină costurile de producție și consum.	Impact punctual asupra celor care solicită servicii publice, fără efect major asupra economiei generale.

Sursa: (Tintar, 2014)

În acest context, diferențele dintre impozite și taxe sunt esențiale pentru înțelegerea impactului acestora asupra economiei. În timp ce impozitele influențează întregul mediu economic și au un efect mai larg asupra activităților comerciale, taxele sunt mai limitate ca domeniu de aplicare și afectează în special persoanele care solicită anumite servicii publice.

Pentru a evidenția impactul concret al impozitelor și taxelor asupra unei entități economice, vom analiza exemplul unei entități din domeniul retailului, care este influențată atât de impozitele directe, cât și de cele indirecte. Aceasta activează pe piața locală și suportă impozitul pe profit, TVA-ul aplicat produselor comercializate, precum și taxele vamale aferente importului de mărfuri.

Tabelul 2 prezintă evoluția impozitelor și taxelor în raport cu această entitate, subliniind efectele acestora asupra performanței economice.

Tabelul 2. Impactul impozitelor și taxelor asupra performanței economice a unei companii din Republica Moldova, analizat într-un context simulativ, cu scopul de a evidenția implicațiile fiscale asupra activității unei entități economice.

Anul	TVA aplicat (%)	Impozit pe profit (%)	Costuri fiscale totale (mii lei)	Venit net (mii lei)
2021	20%	12%	2.500	5.000
2022	20%	14%	2.800	4.700
2023	20%	15%	3.200	4.200

Sursa: Elaborat de autor

În conformitate cu datele obținute, impactul impozitelor și taxelor asupra unei companii din Republica Moldova se reflectă într-o creștere progresivă a poverii fiscale. Dacă în 2021 impozitul pe profit era de 12%, acesta a crescut la 14% în 2022 și la 15% în 2023. Această majorare a determinat o creștere a costurilor fiscale totale de la 2,5 milioane lei în 2021 la 2,8 milioane lei în 2022 și 3,2 milioane lei în 2023, ceea ce înseamnă o creștere cumulată de 28% în doi ani. În același interval, venitul net al companiei a scăzut constant, de la 5 milioane lei în 2021 la 4,7 milioane lei în 2022 și 4,2 milioane lei în 2023, reprezentând o diminuare de 16%.

Menținerea TVA-ului la 20% a asigurat o sursă stabilă de venit pentru stat, însă a menținut și o presiune constantă asupra prețurilor și a consumului. Într-un context economic sensibil, în care atât costurile fiscale, cât și cele operaționale cresc, firmele sunt nevoite să își ajusteze strategiile, fie prin reducerea investițiilor, fie prin optimizarea resurselor, ceea ce poate duce la încetinirea expansiunii și limitarea creării de noi locuri de muncă.

Dacă această tendință se menține, companiile ar putea fi forțate să își ajusteze prețurile pentru a compensa costurile fiscale, ceea ce ar afecta direct puterea de cumpărare a consumatorilor și dinamica pieței. În plus, o povară fiscală în creștere poate determina anumite afaceri să exploreze alternative, precum externalizarea activității sau migrarea către jurisdicții mai favorabile fiscal, ceea ce ar putea avea un impact negativ asupra economiei naționale pe termen lung.

Impactul impozitelor și taxelor asupra economiei Republicii Moldova se resimte în multiple aspecte, având implicații asupra creșterii economice, puterii de cumpărare a populației, competitivității mediului de afaceri și echilibrului financiar al statului. Acestea influențează deciziile agenților economici, comportamentul consumatorilor și capacitatea guvernului de a susține investițiile publice. (Tintar, 2014)

Un prim efect major al impozitelor este asupra *consumului intern*. Având în vedere că TVA-ul este unul dintre cele mai importante impozite colectate de stat, orice modificare a acestuia afectează direct prețurile produselor și serviciilor. O cotă TVA ridicată duce la creșterea costurilor pentru consumatori, reducând puterea de cumpărare, în special pentru gospodăriile cu venituri mici și medii. Astfel, un nivel ridicat al acestui impozit poate conduce la scăderea cererii, ceea ce poate frâna creșterea economică. Pe de altă parte, un TVA mai redus ar putea stimula consumul, însă ar putea afecta veniturile bugetare, necesitând măsuri compensatorii pentru a echilibra finanțele publice. (Berghe, 2023)

În ceea ce privește *sectorul antreprenorial*, impozitul pe profit și impozitul pe venit joacă un rol determinant în deciziile de investiție și expansiune a companiilor. Dacă nivelul acestor impozite este prea ridicat, firmele sunt nevoite să aloce o parte semnificativă din profit pentru achitarea obligațiilor fiscale, ceea ce reduce capacitatea de reinvestire. Acest lucru limitează dezvoltarea afacerilor, scade oportunitățile de creare a locurilor de muncă și poate determina companiile să își mute activitatea în alte jurisdicții cu regim fiscal mai favorabil. În același timp, dacă nivelul impozitelor este prea scăzut, statul poate întâmpina dificultăți în acoperirea cheltuielilor publice, ceea ce ar putea duce la acumularea de datorii sau la reducerea investițiilor în infrastructură, educație și sănătate. (Gulca, 2017)

Un alt impact important al impozitelor și taxelor este asupra *atragerii investițiilor străine*. Investitorii analizează regimul fiscal înainte de a decide unde să își plaseze capitalul, iar un sistem fiscal instabil sau prea împovărat poate descuraja investițiile directe în Republica Moldova. Impozitele pe dividende și taxele pe importuri sunt factori critici care influențează costurile operaționale ale firmelor internaționale care doresc să intre pe piața locală. Dacă aceste impozite sunt ridicate, investitorii pot considera Republica Moldova mai puțin atractivă în comparație cu alte țări din regiune, cum ar fi România sau Ucraina, unde regimul fiscal poate fi mai favorabil. (Curjos, 2016)

Pe lângă impactul asupra firmelor și consumatorilor, impozitele și taxele au un efect semnificativ asupra *economiei informale*. În Republica Moldova, economia subterană reprezintă o provocare majoră, iar una dintre cauzele acesteia este nivelul ridicat al impozitelor și complexitatea procedurilor fiscale. Multe afaceri, în special cele mici și mijlocii, preferă să evite declararea veniturilor

lor și plata taxelor, ceea ce duce la pierderi semnificative pentru bugetul de stat. Această practică reduce resursele disponibile pentru investițiile publice și crește presiunea fiscală asupra contribuabililor care respectă legislația. Un sistem fiscal mai simplificat, cu impozite rezonabile și mecanisme eficiente de combatere a evaziunii, ar putea contribui la reducerea acestui fenomen. (Curjos, 2016)

Un alt aspect important este legătura dintre impozite și piața muncii. Impozitele pe salarii și contribuțiile sociale sunt o componentă semnificativă a costului muncii pentru angajatori. Dacă acestea sunt prea ridicate, companiile pot fi reticente în a angaja personal suplimentar sau pot opta pentru forme de muncă precare, cum ar fi plata salariilor „la negru”. Acest fenomen afectează protecția socială a angajaților și reduce veniturile colectate de stat sub formă de contribuții la asigurările sociale și de sănătate. Pe termen lung, acest lucru poate destabiliza sistemele de pensii și de protecție socială, creând presiuni financiare asupra bugetului de stat.

Impozitele și taxele influențează și *echilibrul bugetar al statului*, afectând capacitatea acestuia de a finanța cheltuieli esențiale. Veniturile colectate din impozite sunt utilizate pentru investiții publice, educație, sănătate și securitate. Dacă nivelul colectării este insuficient din cauza evaziunii fiscale sau a unui sistem ineficient de administrare a impozitelor, statul poate fi nevoit să recurgă la împrumuturi externe, ceea ce duce la acumularea datoriei publice și creșterea poverii fiscale pe viitor. Pe de altă parte, o colectare eficientă a impozitelor permite statului să își îndeplinească obligațiile sociale și să sprijine creșterea economică prin finanțarea unor proiecte strategice. (Secrieru et al, 2015)

CONCLUZII

Impozitele și taxele sunt un instrument fundamental al economiei, având un impact direct asupra stabilității financiare a statului, competitivității mediului de afaceri și nivelului de trai al populației. În Republica Moldova, structura fiscală joacă un rol crucial în redistribuirea veniturilor și finanțarea serviciilor publice, însă atunci când povara fiscală devine excesivă, efectele negative se propagă rapid în economie. Creșterea impozitului pe profit și menținerea TVA-ului la un nivel ridicat au generat presiuni asupra firmelor, reducând investițiile și afectând consumul intern. Această tendință poate diminua atractivitatea pieței locale, conducând la relocarea afacerilor și la o scădere a capacității economiei de a genera locuri de muncă și venituri sustenabile.

În acest context, este esențial ca Republica Moldova să mențină un echilibru între necesitatea colectării veniturilor bugetare și crearea unui climat economic stabil și predictibil. Un sistem fiscal echilibrat trebuie să ofere stimulente pentru dezvoltare, să sprijine conformarea voluntară a contribuabililor și să combată evaziunea fiscală fără a descuraja inițiativa privată. Printr-o administrare eficientă a impozitelor și taxelor și printr-o strategie fiscală adaptată realităților economice, statul poate transforma fiscalitatea dintr-o povară într-un catalizator al progresului economic.

REFERINȚE:

1. Berghe, N. (2023). Rolul impozitelor asupra dezvoltării sectorului serviciilor din Republica Moldova. *Simpozionul Științific al Tinerilor Cercetători, Ediția a XXI-a*, 97–104. Chișinău: ASEM.
2. Curjos, E. (2016). Rolul impozitelor și taxelor în activitatea economică a statului. *Conferința Tehnico-Științifică a Colaboratorilor, Ediția a II-a*, 361–362. Chișinău: Universitatea Tehnică a Moldovei.
3. Gulca, L. (2017). Evoluția sistemului fiscal ca parte integrantă a dreptului fiscal în statul moldovenesc contemporan. *Studia Universitatis Moldaviae, Seria „Științe Sociale”*, 1(91), 153–160. Chișinău: Universitatea de Stat din Moldova.
4. Secrieru, A., Dragomir L., & Petroia A. (2015). *Impozitele și taxele locale*. Chișinău
5. Țîntar, E. (2014.). *Rolul impozitelor*. Chișinău: ASEM

Coordonator științific: BERGHE Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +37378050108
e-mail: berghe.nadejda@ase.md

THE EVOLUTION AND PERSPECTIVES OF THE MONETARY SYSTEM OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

EVOLUȚIA ȘI PERSPECTIVELE SISTEMULUI MONETAR AL REPUBLICII MOLDOVA

MORARU Valeria, studentă, specialitatea: Marketing și Logistică

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: moraru.valeria@ase.md

Abstract. *This article presents a research of the monetary system of the Republic of Moldova, including a comparative case study of its evolution over time, influenced by both internal and external factors. The research was conducted on the basis of the National Bank of Moldova, with relevant statistics. At the same time, the perspectives of the monetary system and the national currency are highlighted.*

Keywords: monetary system, monetary policy, monetary currency, monetary aggregates, economic integration.

JEL CLASSIFICATION: G00, G14, G21, G28

INTRODUCERE

Banul – instrumentul ce facilitează schimburile economice – este unul dintre pilonul pe care se ține un stat.

Pentru Republica Moldova, povestea monetară a început în anul 1993, când tânărul stat și-a lansat propria monedă – leul moldovenesc. Acest moment a reprezentat nu doar o declarație de independență economică, ci și începutul unui proces de adaptare la realitățile schimbătoare ale finanțelor globale.

Scopul lucrării este de a explora sistemului monetar moldovenesc, dezvăluind mecanismele care îi asigură reziliența în fața turbulențelor economice (tipurile de fonduri monetare, agregatele monetare) și de a analiza cum deciziile Băncii Naționale a Moldovei modelează peisajul economic al țării noastre.

Cercetarea dată nu se limitează doar la prezent, ci privește atât spre trecut, cât și spre viitor. Astfel, vom efectua o analiză comparativă și vom urmări tendințele precum digitalizarea monedei și integrarea economiei moldovenești în ecosistemul financiar global. Bazându-ne pe cele mai recente date și analize economice ale BNM, referatul dat urmează să creeze o imagine completă și nuanțată a sistemului ce gestionează fluxul banilor în economia moldovenească.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Odată cu proclamarea independenței în 1991, Republica Moldova a avut ocazia de a-și insitui oficial sistemul monetar. Inițial, au fost utilizate cupoanele de plată ca monedă temporară până la introducerea leului moldovenesc la 29 noiembrie 1993 prin *Decretul prezidențial nr. 200/1993 cu privire la introducerea monedei naționale în Republica Moldova*.

Banca Națională a Moldovei (BNM) este instituția responsabilă de stabilitatea sistemului monetar și financiar al țării, iar la baza performanței sale stau anumite funcții ce contribuie la menținerea unui mediu economic stabil. Acestea sunt:

- emiterea monedei naționale;
- gestionarea rezervelor valutare;
- stabilirea politicii monetare;
- reglementarea și supravegherea băncilor comerciale;

- asigurarea stabilității prețurilor și a cursului de schimb.

Cu referință la anul 2025, la baza sistemului monetar al RM stau anumite componente ce pun în lumină robustețea statului. Unitatea monetară oficială a țării- leul moldovenesc, se încadrează într-un sistem de schimb flotant controlat, ceea ce înseamnă că prețul acestuia față de alte mone-de nu este fix, ci se schimbă în funcție de cererea și oferta de pe piață. BNM are dreptul exclusiv de a emite monede metalice și bancnote ca mijloc de plată bătute și puse în circulație prin intermediul sistemului bancar, asigurând astfel necesarul de numerar pentru economie.

BNM folosește mai multe metode pentru a menține stabilitatea prețurilor și a controla lichiditatea. „În temeiul art.4 din Legea cu privire la Banca Națională a Moldovei obiectivul fundamental este asigu-rarea și menținerea stabilității prețurilor”. Printre acestea se numără tranzacțiile pe piața monetară, acor-darea de credite garantate, emiterea de certificate și atragerea de depozite. De asemenea, BNM intervine pe piața valutară, cumpărând sau vânzând valută pentru a echilibra cursul leului.

În continuare, am elaborat o analiză comparativă ce examinează evoluția masei monetare în Republica Moldova, urmărind transformările structurale și cantitative ale agregatelor monetare între anii 2015 și 2025.

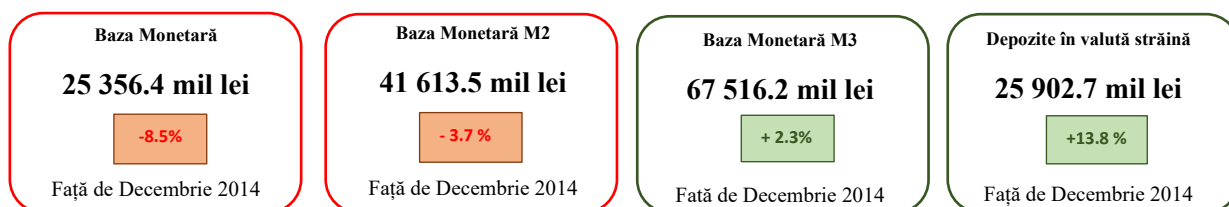


Figura 1. Evoluția Indicatorilor Monetari în Luna Ianuarie 2015

Sursa: elaborat de autor în baza statisticilor din BNM (2015)

Prin analiza comparativă a lunilor ianuarie 2015 și ianuarie 2025, observăm o creștere majo-ră a masei monetare și o evoluție a comportamentului financiar al populației. Studiind figura 1, am atestat că în 2015 se remarcă o tendință de retragere a banilor din economie și o atracție a cetățeni-lor spre economisire în valută, în 2025 asistăm la o expansiune a masei monetare, ceea ce sugerează o mai mare încredere în sistemul financiar și o economie mai stabilă. Totodată, observăm o tendință de digitalizare a economiei naționale, reflectată de încetinirea creșterii numerarului în circulație (M0) și de creșterea agregatelor monetare M1 și M2 (figura 2).

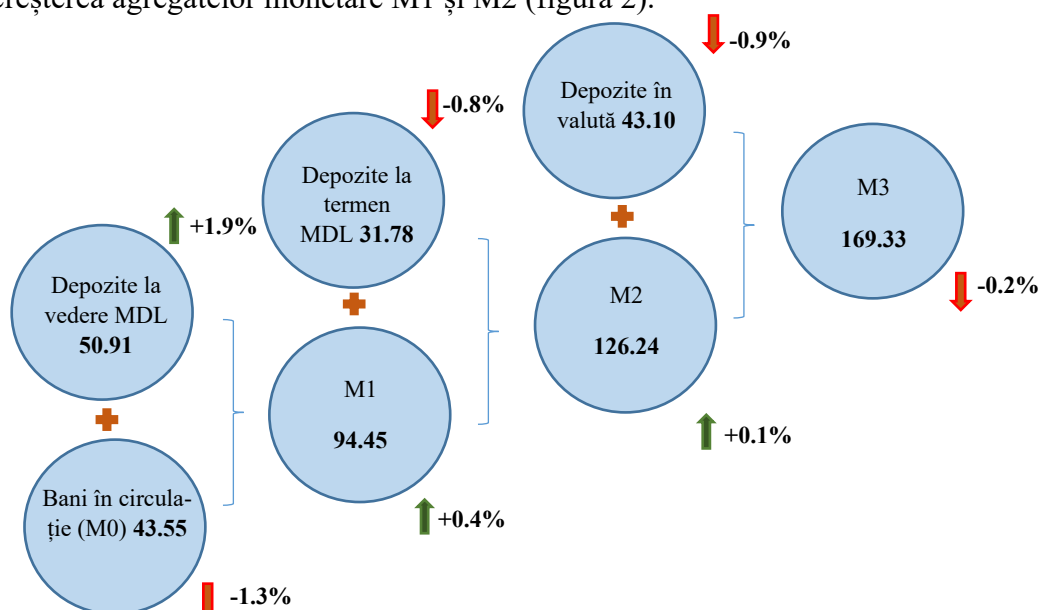


Figura 2. Evoluția masei monetare în luna ianuarie 2025 comparativ cu luna precedentă, miliarde lei

Sursa: elaborat de autor în baza statisticilor din BNM (2025)

Astfel, putem concluziona că dependența de bani lichizi este în scădere. Aceste schimbări pot fi rezultatul progreselor în digitalizarea serviciilor financiare și a unei mai mari stabilități economice, reflectând o economie în continuă maturizare.

Sistemul monetar al Republicii Moldova tinde să se transforme și alinieze la standardele europene. Faptul dat a fost marcat de decizia Băncii Naționale a Moldovei de a utiliza euro ca monedă de referință pentru stabilirea cursului oficial al leului moldovenesc începând cu 2 ianuarie 2025, înlocuind astfel dolarul american. Parlamentul Republicii Moldova precizează că „*Obiectivele strategice, setate în prezentul document, sunt orientate spre atingerea scopului major enunțat la elaborarea Strategiei – de a impulsiona dezvoltarea și a asigura funcționarea unei piețe de capital eficiente, integrată armonios în sistemul economic al țării, în vederea susținerii creșterii durabile a acesteia*”.

Uniunea Europeană reprezintă principalul partener comercial și sursa dominantă de remiteri și investiții străine directe (peste 60% din tranzacțiile comerciale și 70% din remiteri fiind denuminate în euro). Această schimbare strategică reflectă orientarea economică tot mai accentuată a țării către zona europeană. Perspectivile sistemului monetar moldovenesc sunt conturate de beneficiile anticipate ale acestei tranziții:

- reducerea fluctuațiilor cursului leului față de euro;
- diminuarea diferențelor dintre cursurile de cumpărare și vânzare;
- scăderea costurilor de schimb valutar.

Deși este o schimbare mai mult tehnică și metodologică, această ajustare a sistemului monetar reprezintă un pas important în procesul de apropiere a Republicii Moldova de standardele economice europene. Astfel, structurile financiare devin mai compatibile cu cele din UE, datele economice sunt mai ușor de comparat, iar investitorii străini capătă mai multă încredere.

În contextul tranziției valutei de referință de la USD la EUR, Banca Națională a Moldovei desfășoară mai multe activități de mare importanță pentru menținerea unui climat economic stabil, sustenabil și bine echilibrat. Procesul include consultări publice și întâlniri tehnice cu bănci comerciale și alte instituții financiare, modificarea cadrului normativ pentru ajustarea cursului oficial de schimb și actualizarea regulamentelor pieței valutare interbancare. De asemenea, BNM adaptează rapoartele și bazele de date și actele normative, vizând doar activitatea sa internă.

CONCLUZIE/ RECOMANDĂRI

În urma analizei sistemului monetar al Republicii Moldova, am explorat evoluția acestuia de la introducerea leului moldovenesc în 1993 până în prezent. De-a lungul anilor, sistemul bancar moldovenesc a trecut prin diverse etape de consolidare și reformare, încercând să răspundă cerințelor pieței și să asigure stabilitatea financiară. În ciuda acestui fapt, sistemul monetar național a demonstrat capacitatea de adaptare la contextele economice schimbătoare, evoluând de la incertitudinile perioadei post-independență către structuri financiare mai mature și aliniate standardelor europene, dar și globale. Rolul principal a fost jucat de către Banca Națională a Moldovei pentru stabilizarea monedei naționale și implementarea politicilor monetare eficiente pentru combaterea incertitudinilor pieței.

REFERINȚE:

1. Agregatele monetare în Republica Moldova (2025). <https://www.bnm.md/ro/content/agregatele-monetare-republica-moldova-0>
2. Evoluția indicatorilor monetari în luna ianuarie 2015 (accesat la 18.03.2025) Disponibil la: <https://www.bnm.md/ro/content/evolutia-indicatorilor-monetari-luna-ianuarie-2015>
3. Evoluția indicatorilor monetari în luna ianuarie 2025 (accesat la 18.03.2025) Disponibil la: <https://bnm.md/ro/content/evolutia-indicatorilor-monetari-luna-ianuarie-2025>
4. Lege pentru aprobarea strategiei naționale de dezvoltare a pieței de capital din Republica Moldova pentru perioada 2025 – 2030 (accesat la 20.03.2025) <https://www.mf.gov.md/sites/default/files/proiect%20de%20lege%20strategia%20sndpc%202030.pdf>

5. Moneda de referință pentru stabilirea cursului oficial al leului moldovenesc va fi euro. (2025). <https://www.bnm.md/ro/content/moneda-de-referinta-pentru-stabilirea-cursului-oficial-al-leului-moldovenesc-va-fi-euro>
6. Obiectivele politicii monetare (n.d.). <https://www.bnm.md/ro/content/obiectivele-politicii-monetare>
7. Reforma monetară și emiterea leului moldovenesc (1993) https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/23-32.reforma%20monetara%20si%20emiterea%20leului%20moldovenesc.pdf

Coordonator științific: MĂRGINEANU Aureliu, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: margineanu.aureliu@ase.md

CONTRIBUTION OF EXCISE DUTIES TO THE FORMATION OF PUBLIC BUDGET REVENUES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

CONTRIBUȚIA ACCIZELOR LA FORMAREA VENITURILOR BUGETULUI PUBLIC ÎN REPUBLICA MOLDOVA

ONESCU Marin, student, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: onescu.marin@ase.md

Abstract: *In recent years, the Republic of Moldova has seen a significant increase in excise tax revenues, on the back of tariff increases and legislative adjustments aimed at strengthening fiscal sustainability. The paper analyzes the evolution of excise tax revenues over the period 2017-2024, highlighting the main factors that have influenced this dynamic and the impact of fiscal policies on budget revenues. The research methodology includes analysis of official documents, statistical data and literature in the financial-economic field. The data show an increase in excise tax revenues from RON 5,950 million in 2017 to RON 11,447.6 million in 2024, while their share in tax revenues fluctuated between 13.9% and 17.3%. While these measures helped to balance the public budget, the reduction of the population by about 13% over the same period intensified the tax burden on consumers, creating risks for domestic consumption. The study emphasizes the need to maintain a balanced tax policy, collecting excise duties in such a way as not to discourage essential consumption. In this context, alignment with European regulations is essential to ensure economic stability in the Republic of Moldova.*

Keywords: *excises, fiscal policy, budgetary revenues, fiscal burden.*

JEL CLASSIFICATION: E62, H25

INTRODUCERE

Accizele reprezintă o sursă fundamentală de venituri pentru guvernele din întreaga lume, contribuind la echilibrarea bugetului și la susținerea cheltuielilor publice. Acestea joacă un rol esențial în politica fiscală, nu doar ca metodă de generare a resurselor financiare pentru buget, ci și ca mecanism de reglementare a consumului și de protejare a cetățenilor. În contextul economiei naționale, importanța accizelor este de necontestat, având în vedere aportul lor semnificativ la veniturile bugetului public, mai ales în economiile emergente, precum cea a Republicii Moldova. Obiectivele principale ale acestei cercetări includ examinarea evoluției veniturilor obținute din accize în perioada 2017-2024, determinarea principalilor factori care au influențat aceste venituri și evaluarea impactului politicilor fiscale asupra încasărilor din accize.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

1. Analiză succintă a surselor bibliografice în domeniul problemei cercetate

Literatura de specialitate subliniază importanța accizelor ca instrument fiscal multifuncțional. Un factor determinant care influențează dinamica încasărilor din acest tip de impozit este consumul populației pe piața internă, astfel că orice creștere a consumului antrenează o creștere a încasărilor din accize (Balan, 2017, p. 273). Acciza este o taxă suportată de consumatori, fiind cea mai întâlnită formă de impozitare indirectă care se include în prețul de vânzare al unor mărfuri determinate (Balan, 2017, p. 273). Un alt factor determinant care influențează încasările din accize sunt modificările în legislația fiscală (Balan, 2017, p. 273). Taxele speciale asupra consumului corespund, în general, voinței de descurajare a consumurilor excesive de anumite produse (Gulca, 2017, p. 50). Dar pentru ca acest impozit să-și atingă scopul – respectiv frânarea consumului – trebuie ca cererea să fi e rela-

tiv elastică în raport cu prețurile, ipoteză ce se dovedește a fi defavorabilă realizării celui alt obiectiv – asigurarea veniturilor bugetare, lucru care nu poate fi efectuat decât printr-un studiu amplu al elementelor accizelor și al modalităților de aplicare a acestui impozit de stat (Gulca, 2017, p. 50). O acciză este o taxă pe fabricarea sau vânzarea unui anumit bun sau serviciu (Hyman, 2011, p. 415). Accizele pot fi utilizate ca taxe corective: denaturările lor echilibrează denaturările care rezultă din externalitățile negative (Hyman, 2011, p. 460). Accizele sunt utilizate și de guvernele de stat, unde reprezintă aproape 10% din veniturile totale. Printre accizele de stat se numără cele pe carburanți, produse din tutun, băuturi alcoolice și diverse produse (Hyman, 2011, p. 645). Unele accize sunt concepute pentru a crește veniturile, în timp ce altele sunt concepute pentru a descuraja anumite activități de consum (Hyman, 2011, p. 660).

2. Descrierea metodelor de cercetare utilizate

Studiul se bazează pe surse informaționale diverse, inclusiv publicații științifice naționale și internaționale, rapoarte anuale ale Ministerului Finanțelor, date statistice de la Biroul Național de Statistică și alte resurse accesibile online. Metodologia de cercetare include analiza documentelor oficiale, a datelor statistice despre veniturile din accize, prognoza liniară și literatura de specialitate din domeniul financiar-economic.

3. Rezultatele obținute

Tabelul 1. Evoluția de prelevări medii ce revin unui locuitor în Republica Moldova, în perioada 2017-2024

Indicatori	Anul							
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Accize, mil. lei	5950,0	5683,3	6222,0	6468,8	7608,3	8012,5	10138,1	11447,6
Numărul populației, mil.	2,78	2,73	2,68	2,64	2,63	2,57	2,49	2,42
Accize medii pe locuitor, lei	2140,3	2081,8	2321,6	2450,3	2892,9	3117,7	4071,5	4730,4

Sursa: elaborat de autor în baza (Raport privind executarea BPN, 2017-2024); (Populația cu reședință obișnuită, 2017-2024).

Analiza datelor din tabelul 1 arată că, între 2017 și 2024, Republica Moldova a înregistrat o creștere semnificativă a accizelor totale, de la 5950 milioane lei în 2017 la 11447,6 milioane lei în 2024, ceea ce reprezintă o creștere de 92,4%. Aceasta a fost însoțită de o creștere constantă a accizelor medii pe locuitor, de la 2140,3 lei în 2017 la 4730,4 lei în 2024, o majorare de 121%. Cauza principală a acestei creșteri a fost adoptarea unor măsuri fiscale mai stricte, menite să sporească veniturile bugetare, precum și ajustarea accizelor pe produsele accizabile, cum ar fi alcoolul, tutunul și combustibilii. Aceste schimbări au fost, de asemenea, influențate de necesitatea alinierii legislației fiscale cu reglementările internaționale. În același timp, populația Republicii Moldova a scăzut semnificativ, de la 2,78 milioane în 2017 la 2,42 milioane în 2023, o reducere de aproximativ 13%. Scăderea populației este cauzată în principal de emigrarea masivă și de îmbătrânirea demografică. Această scădere a populației a dus la o povară fiscală mai mare pe fiecare locuitor, ceea ce explică creșterea accizelor medii pe cap de locuitor.

În continuare, autorul analizează evoluția ponderată a încasărilor din accize în veniturile fiscale și în veniturile publice (Tabelul 2). Deși veniturile din accize au crescut în termeni absoluți, ponderea lor în totalul veniturilor bugetare a scăzut și apoi a crescut din nou pe parcursul anilor, de la 11,1% în 2017 la 9,9% în 2019, de la 10,3% în 2020 la 9,9% în 2023 și 10,4% în 2024. Aceasta reflectă atât modificările în politica fiscală, cât și variațiile în consum și prețurile produselor accizabile. Majorarea tarifelor pentru produsele accizabile a fost unul dintre principalele motive ale variației ponderii. De exemplu, în 2021, majorarea tarifelor pentru produsele petroliere și alcoolice a contribuit la creșterea veniturilor din accize. În perioada 2017-2018, ponderea accizelor în veniturile

fiscale a scăzut de la 17,3% la 15,1%. Aceasta poate fi atribuită unei scăderi a veniturilor din accize și unei creșteri a veniturilor totale din impozite și taxe. În 2019, ponderea a crescut ușor la 15,5%, iar în 2020 a atins 16,3%. Această creștere poate fi legată de o relativă stabilizare a veniturilor din accize și de îmbunătățirea administrării fiscale. În 2021, ponderea a scăzut din nou la 15,4%, chiar dacă veniturile din accize au crescut. Aceasta se explică prin creșterea semnificativă a veniturilor din impozite și taxe totale. În 2022, ponderea a continuat să scadă la 13,9%, reflectând o creștere a veniturilor din alte surse fiscale mai rapid decât creșterea accizelor. În 2024, ponderea accizelor în veniturile fiscale a crescut la 16,7%. Aceasta, este datorită majorărilor tarifare și îmbunătățirii administrării fiscale care au dus la o creștere semnificativă a veniturilor din accize.

Tabelul 2. Evoluția ponderii accizelor în total venituri publice și fiscale în Republica Moldova, în perioada 2017-2024

Indicatori	Anul							
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Accize, mil. lei	5950	5683,3	6222	6468,8	7608,3	8012,5	10138,1	11447,6
Venituri BPN, mil. lei	53379,4	57964,9	62949,2	62655,3	77373	91505,4	102299,2	110338,5
Impozite și taxe, mil. lei	34476	37660,1	40054,2	39752,2	49388,8	57524,2	63006,1	68481,3
Ponderea accizelor în VPT, %	11,1	9,8	9,9	10,3	9,8	8,8	9,9	10,4
Ponderea accizelor în impozite și taxe, %	17,3	15,1	15,5	16,3	15,4	13,9	16,1	16,7

Sursa: elaborat de autor în baza (Raport privind executarea BPN, 2017-2024).

Potrivit figurii de mai jos se disting câteva tendințe importante: - în anul 2018 cuantumul de accize s-a diminuat în raport cu anul 2017, indicând o scădere de 4,48 puncte procentuale; - în anii 2021, 2023, 2024 s-au înregistrat creșteri semnificative ale veniturilor din accize, în special, anul 2023 a înregistrat cea mai mare creștere procentuală de 26,53%. Comparativ cu anii 2020 și 2022, care au prezentat o creștere mai modestă a veniturilor din accize, respectiv 3,97% și 5,31%. Graficul include o prognoză liniară a modificărilor accizelor. Aceasta sugerează o tendință de creștere continuă în viitor, dacă tendințele actuale se mențin, ne putem aștepta la o creștere constantă a veniturilor din accize în următorii ani.

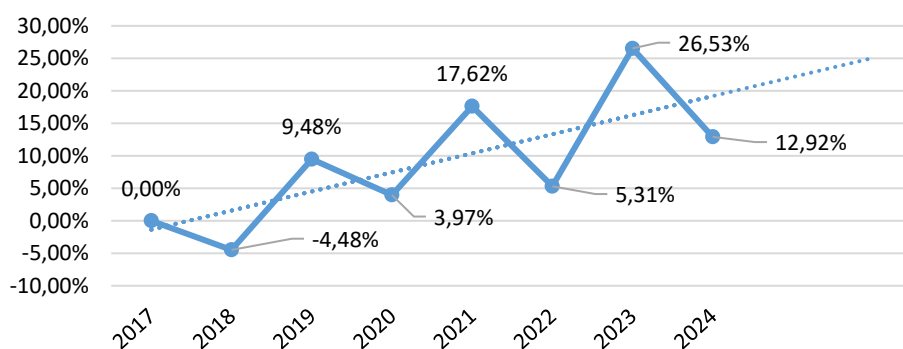


Figura 1. Dinamica în lanț a accizelor în Republica Moldova, în perioada 2017-2024

Sursa: elaborată de autor în baza (Raport privind executarea BPN, 2017-2024).

CONCLUZII

Analiza efectuată asupra contribuției accizelor la veniturile bugetului public al Republicii Moldova în perioada 2017-2024 evidențiază o creștere semnificativă, cu un salt de 92,4% a accizelor totale. Acest rezultat a fost determinat în principal de majorările tarifare, alinierea la reglementările internaționale și îmbunătățirea administrării fiscale. Totuși, reducerea populației cu aproximativ 13% în aceeași perioadă a generat o povară fiscală mai mare asupra consumatorilor, determinând o creștere a prețurilor la produsele accizabile, cu posibile efecte negative asupra consumului intern. Pe termen lung, tendințele prognozate indică o creștere continuă a veniturilor din accize, dacă politicile curente sunt menținute. Totuși, sustenabilitatea acestui model depinde de implementarea unor politici fiscale echilibrate, care să optimizeze colectarea accizelor fără a descuraja consumul esențial, diversificarea bazei de venituri publice pentru a reduce dependența excesivă de accize, și crearea unor mecanisme de compensare pentru categoriile vulnerabile, reducând impactul negativ al majorării tarifelor.

În concluzie, deși accizele rămân un pilon important al veniturilor publice, optimizarea politicilor în acest domeniu trebuie să țină cont de echilibrul între eficiența fiscală, sustenabilitatea economică și echitatea socială. Doar astfel, Republica Moldova va putea menține stabilitatea bugetară și va putea sprijini creșterea economică în contextul provocărilor demografice și economice actuale.

REFERINȚE:

1. Balan, A. (2017, septembrie 22-23). Factorii de influență a veniturilor fiscale: analiza macroeconomică. *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii*, pp. 269-274. https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/61507. Accesat la 22 martie 2025.
2. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. *Populația cu reședință obișnuită (2017-2024)*. statbank.statistica.md: https://statistica.gov.md/ro/statistic_indicator_details/25#data_bank. A
3. Gulca, L. (2017). Accizele ca modalitate de impunere fiscală și parte a dreptului fiscal. *Intellectus*, pp. 50-56 https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/56393.
4. Hyman, D. (2011). *Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy (Vol. 10)*. North Carolina, USA: South-Western Cengage Learning <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2014/09/Hyman-David-2011-Public-Finance.pdf>.
5. Ministerul Finanțelor. (n.d.) *Raport privind executarea BPN (2017-2024)*. mf.gov.md/ro: <https://www.mf.gov.md/ro/ministerul-finan%C8%9Belor/catalogul-de-date-deschise-al-ministerului-finan%C8%9Belor>.

Coordonator științific: BULGAC Corina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +37369907599
e-mail: bulgac.corina@ase.md

CURRENT STATUS AND RETROSPECTIVE OF EXCISE TAXATION IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

ACTUALITATEA ȘI RETROSPECTIVA IMPUNERII CU ACCIZ ÎN REPUBLICA MOLDOVA

POSTOLACHI Cristina, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: postolachi.cristina.md8d@ase.md

Abstract: Excise duty is a tax levied on consumer goods with inelastic demand. In general, excise duties are applied to products that are consumed in large quantities and that buyers cannot replace with other products. The main role of excise duty in the Republic of Moldova is that it contributes significantly to the state budget revenues. Excise duty has a major social role, because it helps to reduce the consumption of products harmful to both health and the environment, and thus the state reduces the consumption of harmful products in society.⁹⁰ As we know, excise duties influence various economic sectors that are related to excise duty: the tobacco, alcohol, energy industries. Therefore, excise duty is relevant, because it directly influences buyers and producers. A balanced excise duty system can help to form a sustainable and healthy economic environment.

Key words: excise duties, excise taxation, fiscal policy, revenue generation, indirect taxes.

JEL CLASSIFICATION: H25, H20, H30

INTRODUCERE

Accizul reprezintă un impozit care contribuie la reducerea consumului unor anumite tipuri de produse care afectează într-un oarecare mod negativ sănătatea oamenilor. În general accizele sunt niște surse care contribuie considerabil la veniturile fiscale și ajută la menținerea acestora. Impunerea cu acciz este aplicată produselor care sunt consumate semnificativ și pe care oamenii nu le pot înlocui cu alte produse. Accizul îndeplinește un rol social foarte important care reglementează consumul de produse dăunătoare atât pentru sănătate cât și pentru mediu, și în așa mod statul descurajează consumul și utilizarea anumitor produse și mărfuri cum ar fi: tutunul, alcoolul, blănurile de lux, parfumurile etc., pentru a reduce efectele nocive care le au acestea asupra mediului.

Pe lângă cele menționate anterior, accizele mai reprezintă și o componentă cu un impact financiar redus pentru formarea veniturilor. Rolul principal al accizelor pe lângă reducerea consumului de produse nocive societății mai este și contribuția pentru veniturile bugetului de stat. În general veniturile din accize sunt și vor fi mereu unele constante, întrucât produsele accizabile sunt acele produse care se consumă regulat și într-o cantitate mare. Cele mai mari cote a accizelor sunt plasate pentru produsele care sunt folosite cele mai des cum ar fi: băuturi alcoolice, țigări, carburanți, deoarece ele contribuie semnificativ la menținerea veniturilor provenite din acciz.

Impunerea cu acciz este tot mai dezvoltată și mai actuală. Accizele sunt plasate în funcție de necesitățile statului dar și într-o mare măsură de inflație. Pe an ce trece lista produselor accizabile se extinde și astfel impunerea cu acciz își formează o perspectivă viitoare de creștere. Astfel, se observă actualitatea permanentă a impunerii prin acciz, dar și o retrospectivă majoră și tot mai dezvoltată a impozitării produselor nocive pentru mediu. Prin urmare, impunerea cu acciz influențează creșterea economică, cumpărătorii, producătorii etc.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analiza surselor bibliografice. Această cercetare este bazată pe o analiză a datelor prezentate de Ministerul Finanțelor, care descriu evoluția ponderii accizelor în PIB, în total venituri BPN, dar și a cadrului legal cu privire la impunerea cu acciz în Republica Moldova.

Descrierea metodei de cercetare utilizată. Informația care este reprezentată în această cercetare constă în utilizarea unei analize economice și unei metode științifice de cercetare a impunerii cu acciz. Subiectul cercetat include o investigație economică, astfel ca să se realizeze o imagine clară al actualității și retrospectivei subiectului analizat.

Rezultatele obținute. Impunerea cu acciz reprezintă un factor important atât economic, cât și social pe care oamenii îl presimt indirect asupra cheltuielilor sale. Se observă faptul că accizele influențează semnificativ prețurile bunurilor și totodată, evoluția veniturilor provenite din acciz rămâne una ascendentă.

Conform Codului Fiscal, articolul 119; Titlul IV Acciză – impozit de stat care se percepe, direct sau indirect, asupra următoarelor mărfuri de consum: a) alcool etilic și băuturi alcoolice; b) tutun prelucrat; c) petrolul și derivatele lui; d) caviar și înlocuitori de caviar; e) parfumuri și apă de toaletă. Astfel, statul garantează nu doar o sursă constantă de venituri fiscale, ci și contribuie la reducerea consumului de produse care pot afecta negativ sănătatea (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 1997).

Nivelul cotelor utilizate pentru calcularea accizelor diferă de la o țară la alta și de la un produs la altul. De exemplu, pentru produsele din tutun nivelul acestor cote depășește frecvent 50 sau chiar 60 de procente (Legea Republicii Moldova pentru punerea în aplicare a titlului IV din Codul Fiscal, 2005). În primul rând, impunerea cu acciz pe teritoriul Republicii Moldova joacă un rol esențial în contribuția pentru veniturile bugetului de stat. Accizele sunt suportate indirect de către consumatori, deoarece ele sunt niște taxe indirecte incluse în prețul final al produselor și mărfurilor. Prin urmare, veniturile provenite din accize pe parcursul anilor rămân a fi stabile. Această stabilitate ajută la menținerea unui mediu economic constant în ceea ce privește finanțarea diverselor cheltuieli publice: cheltuieli asupra infrastructurii, sănătății, sociale, ale educației etc.

Accizele reprezintă o sursă de venit cu costuri reduse pentru bugetul de stat. Cele mai semnificative accize sunt aplicate pentru: băuturi alcoolice, țigări, carburanți care mereu sunt și vor fi consumate în cantități mari și contribuie în mare parte la încasările fiscale. Cu toate acestea, eficiența impunerii cu acciz este afectată în mare parte de inflație, deoarece în perioadele de creștere a prețurilor scade eficiența colectării accizelor. Structura și cotele accizelor variază între țări, iar ele contribuie la realizarea obiectivelor bugetare și la creșterea eficienței administrative.

Tabelul 1. Indicatorii privind nivelul și structura accizelor în perioada 2020-2024,%

Indicatori	2020	2021	2022	2023	2024
Ponderea accizelor din total venituri BPN	10,32	9,83	8,75	9,91	10,37
Ponderea accizelor din PIB	3,23	3,14	2,91	3,44	3,53
Ponderea accizelor din impozite indirecte	22,98	21,58	20,38	23,71	24,18

Sursa: elaborat de către autor în baza rapoartelor privind executarea Bugetului Public Național (Ministerul Finanțelor, 2020-2024)

Prin urmare, ponderea accizelor în total venituri BPN a avut o evoluție descendentă între anii 2020-2022, deoarece a scăzut procentajul de la 10,32%(2020) până la 8,75%(2022), o cauză fiind creșterea mai rapidă a altor surse de venituri. În ceea ce privește ponderea accizelor în PIB, indicatorul se menține cu o pondere de aproximativ 3%, ceea ce arată faptul că accizele sunt venituri stabile ale statului chiar și în perioadele de criză economică. Dacă se urmărește ponderea accizelor din impozite indirecte, deși valorile au fluctuat, nivelurile rămân relativ stabile, situându-se în jurul unei medii de 22%, ceea ce confirmă că accizele reprezintă o componentă semnificativă, dar

variabilă, a impozitelor indirecte. Aceste date evidențiază rolul fluctuant dar și totodată relative stabil al accizelor în economie, dar și eforturile autorităților de a menține stabilitatea fiscală prin politici de ajustare a impozitelor.

În ultimii ani, veniturile din accize au înregistrat o creștere constantă, datorită măsurilor implementate de autoritățile fiscale, precum majorarea cotelor și extinderea listei produselor accizabile. Modificarea accizelor se face în funcție de inflație și politica fiscală care și a sporit la creșterea veniturilor din accize. În perioadele de inflație, veniturile din accize pot fi afectate, deoarece puterea de cumpărare a consumatorilor scade, reducând cererea pentru produse accizabile.

Cheltuielile publice sunt finanțate în marea lor majoritate din impozite și taxe. De aici reiese că statul trebuie să fie foarte atent atunci când stabilește cotele de impozitare, pentru a evita evaziunea fiscală a contribuabililor (Jemna, 2023)

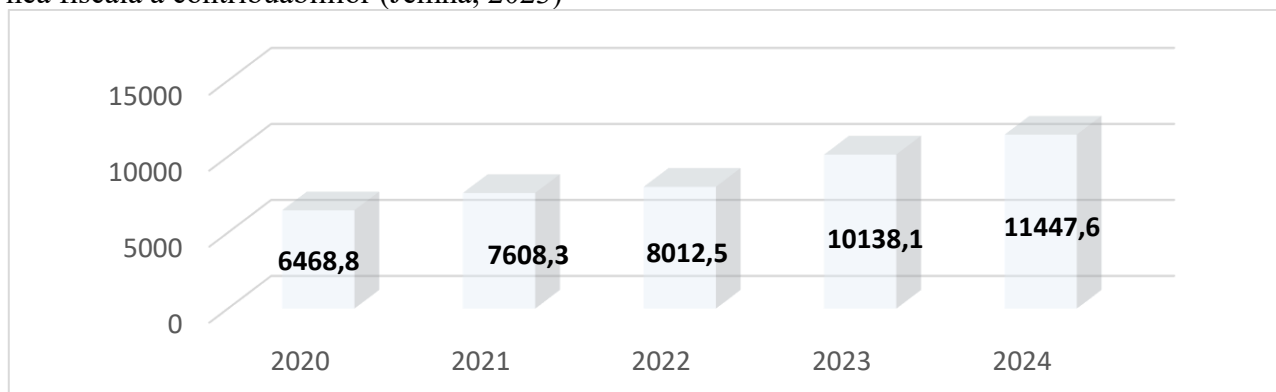


Figura 1. Cota totală de accize din executarea bugetului public național în perioada 2020-2024 (mil. lei)

Sursa: elaborată de autor în baza rapoartelor privind executarea Bugetului Public Național (Ministerul Finanțelor, 2020-2024)

În figura 1 de mai sus sunt reprezentate totalul pe care îl formează accizele din totalul Bugetului Public Național. Dacă facem referire la perioada 2020-2024 putem observa evoluția ascendentă ce se datorează majorării considerabile din ultimii ani a cotei pentru produsele accizabile, îndeosebi cota accizului la produsele din tutun, produsele petroliere, băuturile alcoolice. De exemplu berea fabricate din malț în anul 2021 avea cota accizului de 2,76 lei/l ce s-a majorat în 2024 la 3,05 lei/l; țigărele care conțin tutun cu filtre cota accizului s-a majorat din 2021 (621 lei + 13%, dar nu mai puțin de 834 lei) în 2024 la (983,12 lei + 13%, dar nu mai puțin de 1318,62 lei); motorina s-a majorat de la o cotă de 2734 lei/tonă în 2021 la 3475,36 lei/tonă în 2024 (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 1997).

Tabelul 2. Ritmul de dinamică absolută și relativă a accizelor în perioada 2020-2024

Anul	2020	2021	2022	2023	2024
Dinamica absolută (mil.lei)	246,8	1139,5	404,2	2125,6	1309,5
Dinamica relativă	3,96%	17,61%	5,31%	26,52%	12,91%

Sursa: elaborat de către autor în baza rapoartelor privind executarea Bugetului Public Național (Ministerul Finanțelor, 2020-2024)

Prin urmare, dacă analizăm datele din tabelul 2 putem să evidențiem o creștere de 17,61% a totalului de accize în perioada 2020-2021. Totodată, se observă o ascendență de 5,31% în 2022 și 12,91% în 2024. În perioada analizată au crescut veniturile din accize întrucât, s-a sporit controlul asupra taxelor pe combustibil, tutun și alcool. Creșterile semnificative din 2020 cu 3,96% și până în 2023 cu 26,52% față de anul precedent, indică faptul că politicile fiscale au generat majorarea veniturilor din accize. S-au ajustat cotelor de accize și s-a extins baza de produse accizabile. Această

evoluție subliniază importanța accizelor ca o sursă esențială de venit pentru bugetul public și un instrument de control al consumului de produse nocive.

În 2024, impunerea prin accize este tot mai dezvoltată și mai actuală, lista contribuabililor plători de accize demonstrează distribuția largă a impozitării prin accize pe întreg teritoriu al țării. Se observă că există 160 de contribuabili din diverse sectoare ale Republicii Moldova care subliniază importanța economică a accizelor. Dacă facem o retrospectivă către ceilalți ani numărul de contribuabili care achită accize la majorat din 2021(150 contribuabili); 2022(153 contribuabili); 2023(157 contribuabili); 2024(160 contribuabili), ceea ce indică dezvoltarea tot mai masivă a impunerii cu accize și importanța acestora pentru reducerea factorilor nocivi asupra mediului (Serviciul Fiscal de Stat a Republicii Moldova, 2021-2024).

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Impunerea cu acciz aduce în evidență importanța accizelor în cadrul politicii fiscale, dar și economice. Aceste taxe indirecte nu doar contribuie semnificativ la veniturile bugetului public național, dar joacă și un rol important în modelarea comportamentului economic al consumatorilor și producătorilor și la reducerea efectelor nocive asupra mediului a produselor supuse sub impunerea cu acciz. Cotele impunerii cu acciz mereu sunt într-o continua schimbare și se aliniează după politica fiscală și economică. Accizele, ca o sursă semnificativă de venituri pentru bugetul statului, datorită faptului că foarte simplu sunt colectate, joacă un rol esențial în atingerea unor obiective fiscale importante și în îmbunătățirea eficienței administrative. Accizele au reprezentat o sursă importantă de venituri pentru bugetul public național, contribuind semnificativ la finanțarea cheltuielilor publice. Totuși, ponderea acestora în totalul veniturilor bugetare a fluctuat, în funcție de politicile fiscale și economice dar într-o oarecare măsură a rămas stabilă fiind cu aproximație de 10%. Actual, o problemă majoră din domeniul impunerii cu acciz în Republica Moldova este controlul evaziunii fiscale și totodată, să progreseze sistemele de colectare a accizelor. Este necesar ca să se formeze un echilibru între creșterea veniturilor din impunerea cu acciz pe teritoriul Republicii Moldova și reducerea semnificativă a consumului de produse dăunătoare atât mediului cât și persoanelor. În ultima perioadă, impunerea cu acciz în Republica Moldova a evoluat semnificativ prin faptul că s-au ajustat cotele, s-a extins gama de produse supuse impunerii cu acciz cu scopul de a crește veniturile bugetare și a implementa politici fiscale mai eficiente și toate aceste fapte s-au adaptat la schimbările economice, sociale și fiscale ale țării.

REFERINȚE:

1. Codul Fiscal al Republicii Moldova. (1997). Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2005, nr. ediție special [Online] Disponibil la: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146150&lang=ro.
2. Jemna, R. (2023). *Retrospectiva impunerii cu acciz și necesitatea armonizării la etapa actuală a cotelor accizelor din r.m. cu cele ale uniunii europene*. În: *Lucrări științifice ale Simpoziunului Științific al Tinerilor Cercetători*, Ediția a XXI-a 7-8 aprilie 2023, Chișinău, Republica Moldova, 7.
https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/3231/Simp_St_al_tinerilor_cercet_78%20aprilie%202023%20Vol_2_p%2085-88.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
3. Legea Republicii Moldova pentru punerea în aplicare a titlului IV din Codul fiscal. (2000). Republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2005, ediție specială, nr. 1054 din 16.06.2000.
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136066&lang=ro.
4. Ministerul Finanțelor. (2020-2024). *Catalogul datelor deschise al MF*
5. <https://www.mf.gov.md/ro/ministerul-finan%C8%9Belor/catalogul-de-date-deschise-al-ministerului-finan%C8%9Belor>
6. Serviciul Fiscal De Stat Al Republicii Moldova. (2020-2024). *Catalogul-datelor deschise/IV accize*.
<https://sfs.md/ro/catalogul-datelor-deschise/iv-accize>.

Coordonator științific: BULGAC Corina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +37369907599
e-mail: bulgac.corina@ase.md

TAXATION OF INCOME FROM FREELANCING IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

IMPOZITAREA VENITURILOR DIN FREELANCING ÎN REPUBLICA MOLDOVA

ROȘU Anastasia, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: rosu.anastasia@ase.md

Abstract: This research examines the tax regime applicable to income earned from freelancing in the Republic Moldova, focusing on the diversity of income sources, including service provision, digital product sales, copyright royalties, advertising, and sponsorships. The study highlights the growing importance of freelancing as an independent work model that provides flexibility and financial opportunities but also presents tax compliance challenges. The research employs methods as legislative analysis, synthesis of relevant tax frameworks, and a review of specialized sources. The findings indicate that while freelancing has numerous benefits, the lack of clear tax regulations creates significant uncertainties regarding income declaration and taxation. The research concludes that updating the tax framework, improving income reporting mechanism, and increasing taxpayer awareness can enhance compliance among freelancer.

Key words: freelance, tax, income, individual taxpayer

JEL CLASSIFICATION: H24, H26, K34

INTRODUCERE

În ultimii ani în Republica Moldova, activitatea de freelancing a devenit o formă modernă de lucru ce devine tot mai populară, mai ales în rândul tinerilor, astfel numărul freelancerilor este în continuă creștere. Această tendință este susținută de dezvoltarea continuă a tehnologiei, digitalizarea și extinderea pieței muncii și necesitatea de a avea un echilibru între viața personală și profesională. Această oportunitate oferă posibilitatea lucrului de la distanță, permițând acces la o gamă mare de oportunități profesionale, indiferent de locație. Acest tip de muncă oferă mai multă flexibilitate, libertate și oportunități avantajoase de a obține venituri. În Republica Moldova, tot mai multe persoane aleg să lucreze în calitate de freelancer, ca o alternativă pentru angajarea tradițională, fie în calitate de activitate principală de obținere a venitului, fie ca o sursă suplimentară de venit. În acest context, este importantă cunoașterea procesului de impozitare a veniturilor din acest tip de activitate. Deoarece freelancerii pot obține venituri din mai multe surse din țară sau chiar și din străinătate, este esențială înțelegerea modului de declarare și impozitare a veniturilor conform legislației în vigoare a Republicii Moldova. De multe ori persoanele nu sunt informate cu exactitate despre acest proces, dat fiind faptul, că legislația Republicii Moldova, nu prevede un regim specific pentru categoria veniturilor obținute din freelancing, astfel se pot întâmpina dificultăți în conformarea freelancerilor la reglementări, ce poate duce la sancțiuni din partea statului și riscuri financiare. Obiectivul principal al acestei cercetări este de a clarifica noțiunea de freelancing, de a identifica principalele surse de venit a persoanelor ce practică acest tip de activitate și de a analiza cadrul legislativ privind declararea și impozitarea acestor venituri, evidențiind provocările și soluțiile pentru o mai bună conformare fiscală. Astfel, această cercetare va contribui la o mai bună înțelegere a modalității în care freelancerii își pot desfășura activitatea conform cadrului legal.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Pentru această cercetare, sursele utilizate pentru prezentarea reglementărilor activității de freelancing sunt: Codul Fiscal al Republicii Moldova (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 1997), în cadrul căruia se descriu cotele de impozitare a veniturilor din acest tip de activitate, Codul Civil al Republicii Moldova (Codul Civil al Republicii Moldova, 2002), care reglementează aspectele juridice a freelancingului, stabilind cadrul contractual prin care freelancerii își pot desfășura activitatea. Raporturile civile sunt reglementate de legislație, iar drepturile și obligațiile părților sunt stabilite prin lege sau prin acordul contractual dintre acestea (Codul Civil al Republicii Moldova, 2002). Sursele adăugatoare pentru elaborarea acestei cercetări sunt publicațiile Serviciului Fiscal de Stat (Serviciul Fiscal de Stat, 2021), precum și articolul elaborat de Monitorul Fiscal privind impozitarea freelancerilor (Jizdan, 2020) și alte site-uri web (delucru.md, 2022), care oferă clarificări despre declararea și impozitarea veniturilor din freelancing. Analizând cadrul legislativ al Republicii Moldova, am concluzionat faptul că reglementarea activității de freelancing este încă într-un stadiu incipient.

Metodele utilizate în această cercetare sunt analiza legislativă a Codului Fiscal și Codului Civil al Republicii Moldova, sinteza informațiilor din publicațiile Serviciului Fiscal de Stat și analiza surselor specializate în care se explică modalitățile legale prin care persoanele care practică freelancing își pot declara și impozita veniturile. Sinteza datelor din surse, permite identificarea oportunităților și dificultăților în aplicarea reglementărilor fiscale asupra freelancerilor din Republica Moldova.

Freelancerul este persoana care oferă servicii, creează sau vinde produse digitale, obține venituri din publicitate și altele, în mod independent, fără a avea un angajator fix. Acesta are posibilitatea de a lucra de la distanță cu diverși clienți sau companii. Activitățile date sunt reglementate divers din punct de vedere fiscal, dar fiecare tip de venit poate avea implicații specifice privind impozitarea, astfel veniturile freelancerilor, sunt impozitate în funcție de tipul activității desfășurate.

Acest tip de lucru, are anumite avantaje, cum ar fi: flexibilitatea în stabilirea programului de muncă, libertatea de alegere a proiectelor (clienților, companiilor), nu este limitat câștigul. Totodată, persoanele care practică acest tip de activitate pot întâmpina anumite dificultăți și anume: provocări în gestionarea aspectelor fiscale, lipsa unui loc de muncă stabil, incertitudinea privind asigurările sociale și medicale, câștigurile nu sunt stabile în fiecare lună și pot varia. În Republica Moldova, termenul de freelancer nu este definit cu exactitate în legislație, astfel conform art. 88 alin. (5), din Codul Fiscal persoana care practică acest tip de activitate din punct de vedere fiscal, este considerată persoană fizică care nu desfășoară activitate de întreprinzător (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 1997). Cum am menționat anterior, conform Codului Fiscal al Republicii Moldova, veniturile freelancerilor sunt supuse impozitării conform tipului de activitate desfășurat, astfel în art. 15 lit. a) este menționat că veniturile care sunt obținute din prestare de servicii sunt impozitate cu o cotă de 12% , (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 1997). Freelancerul la fel poate obține venituri din royalty, de exemplu când persoana creează și licențiază opere originale, precum muzică, cărți, sau alte produse digitale, primind plăți pentru utilizarea acestora. Totuși royalty, nu poate fi o sursă unică pentru freelanceri, dar mai degrabă o formă pasivă de venit care completează veniturile obținute din prestare servicii. Veniturile obținute din royalty (drepturi de autor, etc.), conform art. 90¹ alin (3¹) din Codul Fiscal, se impozitează de asemenea cu o cotă de 12%, (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 1997). La fel, veniturile obținute din publicitatea online, cum ar fi cele provenite de pe YouTube, rețele sociale sau alte bloguri, în cazul în care freelancerul vinde produse digitale, obligatoriu aceste venituri trebuie să fie declarate și impozitate conform legislației în vigoare și anume cu o cotă de 12%. Indiferent de modul în care au fost obținute veniturile, fie prin numerar, prin platforma PayPal sau sistemul P2P, fie prin transferuri din conturile companiilor la contul freelancerului, acestea trebuie să fie numaidecât declarate și impozitate conform legislației în vigoare (delucru.md, 2022). Mulți freelanceri, însă, din păcate nu sunt informați corespunzător despre obligațiile lor fiscale, ceea ce duce la dificultăți în declararea și achitarea impozitelor din veniturile obținute.

Un aspect important și esențial constituie informarea contribuabililor - freelanceri despre declararea veniturilor obținute pe parcursul anului fiscal. Pentru aceasta obligatoriu trebuie să completeze și să semneze fie în format online cu ajutorul semnăturii mobile sau electronice, fie în format fizic la orice Serviciu Fiscal de Stat teritorial „Declarația persoanei fizice cu privire la impozitul pe venit” cu denumirea de CET18. Conform art. 83 din Codul Fiscal, freelancerii au obligația de a depune declarația până la data de 30 aprilie a anului următor anului fiscal de gestiune (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 1997). Veniturile obținute trebuie să se reflecte la codul C4, cu denumirea „Alte venituri impozabile”, iar veniturile obținute din royalty, vor fi incluse separat și anume se vor reflecta la codul C3.2.2, cu denumirea „venitul sub formă de royalty (redevență)”. În cazul nedeclarării la timp a veniturilor, Serviciul Fiscal de Stat poate aplica penalități și sancțiuni pentru nedeclarare sau declarare incorectă.

Freelancerii, pe lângă declararea veniturilor și achitarea impozitelor mai au obligația de achita contribuțiile de asigurări sociale (CAS), destinate fondului de pensii și alte beneficii sociale. Durata în care persoana efectuează plăți pentru contribuțiile sociale este considerată perioada asigurată care se ia în calcul la determinarea stagiului de cotizare necesar pentru stabilirea pensiei la atingerea vârstei de pensionare (delucru.md, 2022). Prima de Asigurare Medicală (PAM), reprezintă plata pentru asigurarea accesului la servicii medicale. Este important de menționat faptul că plata CAS și PAM, trebuie achitate obligatoriu de freelanceri, astfel aceștea au oportunitatea de a avea acces la serviciile de sănătate și au posibilitatea de a contribui la asigurarea pensiilor. Dacă freelancerul alege să nu respecte aceste obligații, pierde astfel accesul la beneficiile ulterioare a acestor servicii.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Cercetarea dată demonstrează faptul că freelancingul este o sursă de venit pentru multe persoane din Republica Moldova. Regimul fiscal, însă, poate prezenta mai multe incertitudini pentru aceștea. Diversitatea activităților desfășurate de freelanceri, prestare de servicii, obținere de venituri pasive precum royalty, vânzare de produse digitale, demonstrează faptul că fără un cadru legislativ clar, declararea și impozitarea acestora este mai dificilă pentru oamenii din Republica Moldova. Pentru a se conforma cadrului legislativ în vigoare, contribuabilii trebuie să fie informați cu exactitate despre acțiunile care trebuie să le urmeze pentru a declara și impozita veniturile obținute. Astfel o recomandare ar fi ca autoritățile fiscale să elaboreze ghiduri practice pentru acest segment de contribuabili, cu conținut de informare despre proces dat. Pe viitor, Republica Moldova ar putea elabora o politică fiscală adaptată acestui tip de activitate, astfel încât să sprijine dezvoltarea freelancingului ca sector economic distinct, ca să se poată crea un echilibru între conformarea fiscală și susținerea persoanelor ce practică acest tip de activitate. La fel, este important de menționat faptul că freelancerii trebuie să contribuie la CAS pentru a contribui la fondul de pensii și la PAM pentru a obține servicii medicale. Obligația freelancerilor reprezintă completarea „Declarației persoanei fizice cu privire la impozitul pe venit”, CET18, care trebuie să fie depusă până la data de 30 aprilie a anului următor anului fiscal de gestiune. În acest context, reprezintă o măsură, introducerea de măsuri clare și importante, accesibile pentru contribuabili pentru raportarea veniturilor din freelancing, pentru a reduce riscul de nedeclarare și ulterioare penalități. Important este de menționat faptul că răspunderea pentru declararea și impozitarea veniturilor obținute o duce contribuabililor, care în caz de neconformare fiscală va suporta consecințe. În acest context, se recomandă spre adoptare a unor reglementări specifice care să țină cont de particularitățile activității de freelancing în Republica Moldova, o colaborare între autoritățile fiscale și platformele digitale pentru o transparență mai bună a tranzacțiilor.

REFERINȚE:

1. Codul Civil al Republicii Moldova. (2002). nr. 1107 din 06.06.2002. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=147648&lang=ro#.

2. Codul Fiscal al Republicii Moldova. (1997). nr. 1163 din 24.04.1997. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* . https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146721&lang=ro#.
3. delucru.md. (2022). *Ești FREELANCER și vrei să ai o activitate legală? Iată care sunt regulile de impozitare în Republica Moldova*. : <https://www.delucru.md/articles/esti-freelancer-si-vrei-sa-ai-o-activitate-legala-iată-care-sunt-regulile-de-impozitare-in-republica-moldova>.
4. Jizdan, A. (2020). Impozitarea freelancerilor. *Monitorul Fiscal*. https://www.monitorul.fisc.md/ru/editorial/impozitarea-freelancerilor_2.html/.
5. Serviciul Fiscal de Stat. (2021). *Baza generalizată a practicii fiscale. Ordinul SFS nr. 655 din 29.12.2021*. <https://sfs.md/ro/ordinele-de-baze-de-date-de-generalizare/1033>.

Coordonator științific: BERGHE Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: berghe.nadejda@ase.md

ANALYSIS OF FINANCIAL RISKS IN A MANUFACTURING ENTERPRISE AND THEIR IMPACT ON MANAGERIAL DECISION-MAKING

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

ROȘU Anastasia, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: rosu.anastasia@ase.md

Abstract. In an unstable economic environment, financial risk management plays a key role for winemaking enterprises, as they face market, operational, and currency risks. To ensure stability and competitiveness, companies implement strategies such as hedging, market diversification, production automation, and the creation of financial reserves.

Keywords: financial risks, management, winemaking enterprises, economic instability, market risks, operational risks, currency risks, hedging, diversification, automation, financial reserves

JEL CLASSIFICATION: G30, G32

ВВЕДЕНИЕ

В условиях нестабильной экономической среды управление финансовыми рисками приобретает особую значимость для производственных предприятий. Особенно это актуально для винодельческой отрасли Молдовы, которая сталкивается с множеством внешних и внутренних вызовов, включая колебания спроса, изменения законодательства и глобальную конкуренцию.

Цель данного исследования – проанализировать ключевые финансовые риски, с которыми сталкивается молдавская винодельня, и оценить их влияние на принятие управленческих решений. В качестве примера рассматривается винодельческое предприятие "Purcari Wineries", одно из наиболее известных в Молдове, экспортирующее свою продукцию в более чем 30 стран.

Финансовые риски – это вероятность возникновения негативных финансовых последствий, связанных с неопределенностью внешней и внутренней среды предприятия. Для винодельческих предприятий особую значимость имеют рыночные и операционные риски, так как их деятельность зависит от урожая винограда,

1. Динамика финансовых показателей

Для анализа была использована финансовая отчетность Purcari Wineries за 2019-2023 гг. Как показывает анализ финансовых результатов (Таблица 1), винодельня демонстрирует устойчивый рост: выручка увеличилась с 28.5 млн € в 2019 году до 42 млн € в 2023, при сохранении рентабельности на уровне 14-15%.

Таблица 1. Финансовые показатели Purcari Wineries (2019–2023 гг.)

Год	Выручка (млн €)	Чистая прибыль (млн €)	Рентабельность продаж (%)
2019	28.5	4.2	14.7%
2020	30.1	4.5	15.0%
2021	34.8	5.1	14.7%
2022	38.2	5.8	15.2%
2023	42.0	6.3	15.0%

Источник: разработано автором

Однако эта стабильность может быть нарушена внешними факторами, такими как колебания цен на сырье и изменения валютных курсов.

Далее рассмотрим Структуру затрат Purcari Wineries в 2023 году, представленные в таблице 2.

Таблица 2. Структура затрат предприятия

Сырье (виноград, бутылки, пробки)	45%
Зарплата и соц. отчисления	25%
Логистика и экспортные пошлины	15%
Маркетинг и продвижение	10%
Прочие расходы	5%

Источник: разработано автором

Анализ чувствительности (Таблица 3) показывает, что рост цен на виноград на 20% приводит к снижению прибыли на 15%, что требует разработки защитных механизмов. Это свидетельствует о высокой чувствительности прибыли к затратам на виноград, что делает предприятия уязвимыми к ценовым колебаниям на сырьё. Для сохранения устойчивости бизнеса необходимо либо оптимизировать другие издержки, либо повышать цены на конечную продукцию, чтобы компенсировать рост себестоимости.

Таблица 3. Динамика роста цен на виноград

Рост цен на виноград	Снижение прибыли (при прочих равных)
+10%	-7%
+20%	-15%
+30%	-22%

Источник: разработано автором

2. Валютные риски экспортно-ориентированного бизнеса

Курсовая динамика (Таблица 3) свидетельствует о последовательном ослаблении молдавского лея: если в 2019 году 1 евро стоил 19.5 MDL, то в 2023 - уже 21.7 MDL.

Таблица 3. Динамика курсов EUR/MDL и USD/MDL (2019–2023 гг.)

Год	Средний курс EUR/MDL	Средний курс USD/MDL	Год	Средний курс EUR/MDL	Средний курс USD/MDL
2019	19.5	17.8	2022	21.3	19.0
2020	20.1	18.2	2023	21.7	19.4
2021	20.8	18.5			

Источник: Национальный банк Молдовы. Курсы валют за 2019-2023 гг.

Постепенное снижение стоимости лея в период с 2019 по 2023 год на самом деле обесценивает выручку иностранных предприятий, экспортирующих товары, поскольку их доходы в иностранной валюте пересчитываются по более высокому курсу. Вместе с этим значительно растут затраты на импортные компоненты, такие как дубовые бочки, что увеличивает себестоимость товара. Валютные колебания оказывают двойное воздействие: с одной стороны, поддерживают продавцов на внешний рынок, с другой — создают рост цен и инфляционные риски, и это та же причина, почему компаниям теперь надо внимательнее следить за своими финансовыми течениями.

3. Оценка финансовой устойчивости

Коэффициент текущей ликвидности составляет 2.1, что превышает минимально допустимый уровень 1.5 и указывает на достаточный запас ликвидных активов для покрытия краткосрочных обязательств. Коэффициент быстрой ликвидности также находится в

пределах нормы (1.3 при минимальном значении 1.0), что подтверждает возможность оперативного погашения задолженности без необходимости распродажи запасов.

Таблица 4. Финансовые коэффициенты Purcari Wineries (2023 г.)

Показатель	Значение	Норматив
Коэффициент текущей ликвидности	2.1	≥ 1.5
Коэффициент быстрой ликвидности	1.3	≥ 1.0
Долг/EBITDA	1.8	≤ 3.0
Рентабельность активов (ROA)	12%	$\geq 8\%$

Источник: разработано автором

Отношение долга к EBITDA на уровне 1.8 свидетельствует о приемлемой долговой нагрузке и достаточной способности генерировать операционную прибыль для обслуживания задолженности, поскольку показатель значительно ниже порогового значения 3.0. Рентабельность активов (ROA) в 12% также превышает норматив в 8%, что указывает на эффективное использование активов для получения прибыли.

4. Влияние финансовых рисков на управленческие решения

Основной задачей деятельности хозяйствующих субъектов является не отказ от финансового риска вообще, а выбор решений, связанный с финансовым риском, на основе объективных критериев, а именно до каких пределов можно действовать, идя на риск. (Горбунов, 2010) Выявленные риски оказывают прямое воздействие на стратегическое планирование винодельни. В ответ на них руководство "Purcari" принимает следующие меры:

1. **Хеджирование валютных рисков** – использование форвардных контрактов для фиксации курсов.
2. **Диверсификация рынков сбыта** – выход на новые страны (Азия, СНГ) для снижения зависимости от ЕС.
3. **Инвестиции в автоматизацию** – внедрение современных технологий виноделия для сокращения издержек.
4. **Создание финансовых резервов** – формирование "подушки безопасности" на случай неурожая.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Финансовые риски оказывают существенное влияние на деятельность молдавских виноделен, включая "Purcari". Эффективное управление ими требует комплексного подхода, включающего анализ внешней среды, диверсификацию рисков и внедрение современных управленческих инструментов. Для дальнейшего развития винодельни рекомендуется: во-первых, усилить мониторинг рыночных тенденций; во-вторых, развивать цифровые технологии учета и прогнозирования; в-третьих, активнее использовать страхование урожая и финансовых рисков/

В завершение следует подчеркнуть, что выявление факторов неопределённости, количественная оценка рисков и работа над их минимизацией играют ключевую роль в процессе принятия финансовых решений. Однако реальная эффективность управления рисками достигается только при комплексном подходе, учитывающем все аспекты данного процесса. Системный подход позволяет существенно повысить результативность этих мер, обеспечивая более взвешенные решения. В конечном счёте, несмотря на потенциальные потери, финансовый риск также может служить источником прибыли, открывая новые возможности для роста и развития.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Depozitarul public al situatiilor financiare . (n.d.). Годовые отчеты компании "Purcari Wineries" – 2022-2023.
<https://depozitar.statistica.md>

2. Горбунов, В.С. (2010). *Влияние финансового риска на управленческие решения*
3. Национальный банк Молдовы. *Курсы валют за 2019-2023 гг.*
4. Национальное бюро статистики Молдовы. (2023). *Отчеты по сельскому хозяйству и экспорту вина.*

Coordonator științific: BERGHE Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: berghe.nadejda@ase.md

LOCAL BUDGET ADOPTION CHALLENGES: THE CASE OF CHISINAU MUNICIPALITY

ПРОБЛЕМЫ ПРИНЯТИЯ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПИЯ КИШИНЁВ

SOKOLENKO Iosif, student, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: sokolenko.yosyp@ase.md

Abstract. *In the context of the global economy, managing local budgets is a key factor for the successful functioning of municipalities. This article examines the problems of adopting local budgets using the example of Chisinau Municipality. Political, economic, and administrative obstacles are analyzed, as well as their impact on public services and community development. Solutions to improve the budgeting process are proposed, including strengthening institutional capacity, increasing revenues, and engaging stakeholders. The research results emphasize the importance of effective budget management for the sustainable development of the city.*

Keywords: *local budgets, Chisinau, financial management, political obstacles, economic constraints*

JEL CLASSIFICATION: H72; H75; H83

Введение

Местные бюджеты являются важнейшим инструментом управления муниципалитетами, обеспечивая финансирование общественных услуг, инфраструктуры и социальных программ. Они отражают приоритеты местных властей и служат для удовлетворения потребностей граждан. Однако процесс их принятия часто сопровождается трудностями, особенно в условиях политической нестабильности и административных неэффективностей.

Как показывает статистика (Рис.1), в течение 2021-2023 гг. процесс принятия бюджета Кишинева систематически задерживался, превышая установленные сроки в среднем на 79 дней. Пик задержек пришелся на 2022 год, когда бюджет был утвержден только 22 апреля (на 112 дней позже срока).

Таблица 1. Динамика задержек принятия бюджета Кишинева

Год	Дни задержки
2021	64
2022	112
2023	41

Источник: отчеты Министерства финансов, 2023

Кишинев, как крупнейший и наиболее экономически значимый город страны, играет ключевую роль в развитии Молдовы. Однако муниципалитет сталкивается с постоянными трудностями в принятии бюджетов, что имеет далеко идущие последствия для его жителей и экономики в целом. Цель данной статьи – проанализировать основные проблемы, их последствия и предложить решения для улучшения бюджетного процесса.

Общая информация

Процесс принятия местного бюджета в Кишиневе регулируется национальным законодательством и муниципальными нормативными актами. Согласно Закону о местных публичных

финансах Молдовы, местные бюджеты должны готовиться, утверждаться и исполняться прозрачно и с участием общественности. Процесс обычно включает следующие этапы:

1. Подготовка: Примэрия совместно с муниципальными департаментами разрабатывает проект бюджета на основе прогнозов доходов и приоритетных направлений расходов.

2. Консультации: Проект бюджета представляется Муниципальному совету и выносится на общественное обсуждение для учета мнения граждан и организаций.

3. Утверждение: Муниципальный совет обсуждает проект, вносит корректировки и проводит голосование. После утверждения бюджет приобретает юридическую силу.

4. Исполнение: Муниципалитет реализует утвержденный бюджет, обеспечивая целевое использование средств в соответствии с утвержденным планом и регулярно отчитываясь о ходе исполнения.

Правовая основа, регулирующая местные бюджеты в Молдове, включает Конституцию, Закон о местных публичных финансах и различные правительственные постановления. Эти законы устанавливают принципы фискальной децентрализации, прозрачности и подотчетности.

Проблемы в принятии бюджетов

Одной из наиболее значительных проблем в принятии местных бюджетов в Кишиневе является политическая раздробленность. Муниципальный совет, состоящий из представителей различных политических партий, часто не может достичь консенсуса по бюджетным приоритетам.

Как видно из данных Счетной палаты, в 2022 году 68% задержек были вызваны политическими разногласиями между примэрией и оппозиционными советниками. Например, принятие бюджета 2022 года было отложено на несколько месяцев из-за споров по поводу финансирования инфраструктурных проектов.

Бюджет Кишинева в значительной степени зависит от трансфертов из национального бюджета. Анализ структуры доходов (Рис.2) показывает, что в 2023 году доля трансфертов составила 63,4% от общего объема доходов, что делает муниципалитет уязвимым к изменениям в национальной фискальной политике.

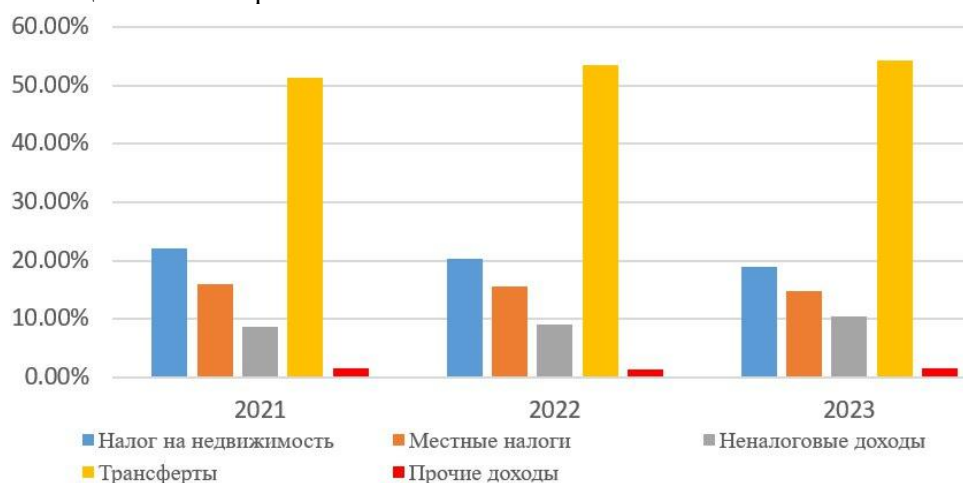


Рисунок 2. Структура доходов

Источник: Национальный банк Молдовы, 2023

Кроме того, ограниченная налоговая база и низкий уровень местных доходов усугубляют бюджетные трудности. Например, сборы налога на недвижимость остаются низкими из-за устаревших методов оценки и слабого контроля за их уплатой.

Административные неэффективности также осложняют бюджетный процесс. Муниципалитету часто не хватает технических возможностей для подготовки точных прогнозов доходов и планов расходов. Согласно отчету Счетной палаты за 2021 год, отсутствие централизованной системы управления финансами приводит к неосвоению 23%

капитальных расходов и нарушениям в 47% проверенных операций. (Примэрия муниципия Кишинев, 2024)

Ярким примером является процесс принятия бюджета на 2023 год, который сопровождался длительными дебатами и общественными протестами. Первоначальный проект бюджета, включавший сокращение социальных программ и увеличение финансирования дорожного строительства, столкнулся с сильным сопротивлением со стороны гражданского общества и оппозиционных советников. Окончательный бюджет, принятый после месяцев переговоров, стал компромиссом, который не смог полностью удовлетворить насущные потребности города.

Последствия проблем с принятием бюджетов

Во-первых, задержки в принятии бюджета приводят к откладыванию критически важных проектов, таких как ремонт дорог, общественного транспорта и социальных объектов. Например, в 2022 году из-за задержки бюджета был отложен ремонт нескольких ключевых дорог, что привело к увеличению транспортных заторов и снижению качества жизни горожан.

Во-вторых, проблемы с принятием бюджета также имеют финансовые последствия. Согласно отчету об исполнении госбюджета за 2022 (Отчет об исполнении госбюджета, 2022), дефицит бюджета достиг 5,1% ВВП, превысив законодательные лимиты на 1,7 процентных пункта. Задержки в утверждении бюджета вынуждают муниципалитет прибегать к краткосрочным займам для покрытия операционных расходов, что увеличивает долговую нагрузку города и ограничивает его возможности для инвестиций в долгосрочные проекты развития. Кроме того, отсутствие четкого бюджетного плана подрывает доверие инвесторов, снижая приток частных инвестиций в город.

Недостаток финансирования социальных программ и образовательных инициатив негативно сказывается на уязвимых группах населения, таких как малоимущие семьи и дети. Это усугубляет социальное неравенство и препятствует достижению целей устойчивого развития.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Муниципалитету необходимо модернизировать системы управления финансами, внедрить современные технологии и обучить персонал. Опыт города Львова (Украина) показывает, что внедрение электронного бюджетирования может сократить сроки подготовки бюджета на 30-40 дней. Кишинев должен пересмотреть методы оценки налога на недвижимость, улучшить механизмы сбора налогов и привлечь частные инвестиции. По оценкам Всемирного банка, оптимизация налоговой системы может увеличить местные доходы на 12-15%. Муниципалитету следует создать формальные механизмы для общественных консультаций, чтобы повысить прозрачность и вовлеченность граждан в бюджетный процесс. На национальном уровне необходимы реформы для увеличения фискальной децентрализации и предоставления муниципалитетам большего контроля над своими финансами.

Успешный пример бюджетных реформ можно найти в городе Львов, Украина. Столкнувшись с похожими проблемами, Львов внедрил ряд реформ, включая введение процесса участия граждан в бюджетировании и создание централизованной системы управления финансами. Эти меры значительно улучшили процесс принятия бюджета и повысили доверие общественности к местной власти. Кишинев может извлечь уроки из опыта Львова и адаптировать эти практики к своим условиям.

Принятие местных бюджетов является важнейшим элементом эффективного управления, однако муниципий Кишинев продолжает сталкиваться с серьезными трудностями в этой области. Политическая раздробленность, экономические ограничения и административные неэффективности препятствуют своевременному принятию бюджетов,

что имеет далеко идущие последствия для общественных услуг, --финансовой стабильности и развития сообщества.

Для решения этих проблем необходим комплексный подход, включающий: укрепление институционального потенциала, увеличение собственных доходов, активное вовлечение заинтересованных сторон, проведение реформ на национальном уровне.

Важность решения проблем с бюджетированием в Кишиневе невозможно переоценить. Как столица Молдовы, Кишинев играет ключевую роль в развитии страны, и его способность эффективно управлять ресурсами имеет решающее значение для достижения устойчивого роста. Сотрудничество между всеми заинтересованными сторонами, включая представителей власти, гражданское общество и жителей, является ключевым для преодоления этих вызовов и обеспечения светлого будущего для города.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Министерство финансов РМ. (2023). *Отчет об исполнении государственного бюджета*. <https://mf.gov.md/sites/default/files/2023-12/Raport%20anual%202022.pdf>
2. Отчет об исполнении госбюджета за 2022 год .(2022). <https://mf.gov.md>)
3. Примэрия муниципия Кишинев. (2024). *Финансовые отчеты*. <https://www.chisinau.md/ro/page/finante>

Coordonator științific: CHICU Nadejda, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: chicu.nadejda@ase.md

ROLE OF VAT IN THE FORMATION OF TAX REVENUES

ROLUL TVA LA FORMAREA VENITURILOR FISCALE

SOLONARI-RUDEAN Artur, student, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: solonari_rudean.artur@ase.md

Abstract: *The Value Added Tax (VAT) is one of the most important pillars in the formation of budget due to the fact that it is indirect and aims at final consumption. The present study explores VAT's fundamental contribution in the creation of fiscal revenues in the Republic of Moldova, analyzing its contribution and the difficulties in its collection. Based on the data for 2020-2024, the study analyzes VAT revenue trends using indicators such as per capita VAT, its percentage of total fiscal revenues, and its dynamics of growth. The methods used are statistical analysis and trend assessment, and the study finds a 70% growth in revenue during the period, fueled by inflation and consumption growth, even as the population decreased. The findings highlight VAT's stability as a revenue source and its potential in fostering tax compliance because of deduction mechanisms, with implications for sustainable fiscal management.*

Key words: value-added tax, tax revenue, Gross Domestic Product, revenue stability

JEL CLASSIFICATION: E62, H20, H25

INTRODUCERE

Taxa pe valoarea adăugată (TVA) este unul dintre cele mai eficiente și răspândite mecanisme fiscale utilizate pe plan internațional pentru a asigura venituri bugetare. Prin caracterul său indirect și aplicarea asupra consumului final, TVA-ul contribuie semnificativ la finanțarea activităților statului. Prezenta lucrare va analiza impactul TVA-ului asupra veniturilor fiscale, evidențiind contribuția sa substanțială la buget, urmărind evoluția veniturilor TVA pentru anii 2020-2024. Înțelegerea aprofundată a funcției TVA-ului și a impactului acestuia la formarea veniturilor fiscale va ajuta la evidențiere importanței acestui impozit.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

1. *Analiză succintă a surselor bibliografice în domeniul problemei cercetate*

Potrivit lui David Hyman, „taxa pe valoarea adăugată (TVA) este un impozit general pe consum perceput asupra valorii adăugată la produsele intermediare de către întreprinderi în fiecare etapă a producției.” (Hyman, 2011). În concepția lui Mihail Manoli și a Mariei Zlatina “taxa pe valoare adăugată este un impozit indirect suportat de consumatorul final al bunului/serviciului respectiv, încasat în cascadă de fiecare agent economic care participă la ciclul economic al realizării unui produs sau prestării unui serviciu care se cuprinde în sfera de impozitare” (Manoli & Zlatina, 2016), în timp ce legislația Republicii Moldova menționează că prin taxa pe valoare adăugată se înțelege: ”impozit de stat care reprezintă o formă de colectare la buget a unei părți a valorii mărfurilor livrate, serviciilor prestate care sunt supuse impozitării pe teritoriul Republicii Moldova, precum și a unei părți din valoarea mărfurilor, serviciilor impozabile importate în Republica Moldova” (Codul Fiscal al Republicii Moldova, 1997).

Taxa pe valoare adăugată se impune în cota-standard de 20% din valoarea impozabilă a mărfurilor, serviciilor și livrărilor efectuate pe teritoriul Republicii Moldova; în cotă de 8% pentru produsele de panificație și lactatelor de primă necesitate, gazele naturale, zahăr din sfeclă de zahăr, energiei termice și apei calde etc.; și scutite de plată TVA în cazul serviciilor sociale, medicale și educaționale, precum și pentru livrările de bunuri și servicii către organizații internaționale. Un alt

aspect important al taxei pe valoare adăugată este deducerea acesteia, aceasta fiind un mecanism prin care agenții economici înregistrați în scopuri de TVA pot recupera TVA-ul achitat pe bunurile și serviciile achiziționate în scopul desfășurării activităților lor economice. Acest proces este esențial pentru a evita dubla impozitare și pentru a asigura că TVA-ul este suportat doar de consumatorul final.

În urma analizei concepțiilor privind TVA și detaliilor importante acestui impozit putem identifica importanța și rolul acesteia. Taxa pe valoare adăugată are un rol important la încurajarea conformității fiscale. Prin mecanismul deducerii TVA, acest impozit stimulează agenții economici să se înregistreze ca entități plătitoare de TVA, în același timp susținând declararea tranzacțiilor de către agenții economici. De asemenea, taxa pe valoare adăugată fiind un impozit ce se aplică consumului, contribuie semnificativ la formarea veniturilor fiscale, oferind un flux stabil de venituri prin permanență nevoii de consum a populației, precum și prin faptul că marea majoritatea a serviciilor și bunurilor sunt supuse cotei TVA.

2. Descrierea metodelor de cercetare utilizate

În cadrul studiului sunt folosite datele oferite de către Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova în rapoartele sale anuale și cele ale Biroului Național de Statistică a Republicii Moldova. Metodoler de cercetare cuprind analiza rapoartelor oficiale, a datelor statistice, literaturii de specialitate din domeniul fiscal și economic. Pentru o analiză comprehensivă vor fi folosiți următorii indicatori: TVA pe cap de locuitor, ponderea TVA în veniturile fiscale, și dinamică cu bază fixă a TVA, astfel vom putea observa importanța și evoluția acestui impozit.

3. Rezultatele obținute

Analizând tabelul 1, putem observa că în perioada 2020-2024, în Republica Moldova, veniturile totale din TVA au înregistrat o creștere semnificativă de la 19775.3 milioane lei în 2020 la 33410.1 milioane lei în 2024, o creștere de aproximativ 70%. Calculul TVA per capita indică o creștere de la 7482.14 lei în 2019 la 13787.10 lei în 2023. Această creștere, de aproximativ 6300 de lei (84.7%), este mai pronunțată decât creșterea totală a TVA-ului și poate fi explicată parțial prin reducerea numărului populației.

Tabelul 1. Evoluția veniturilor TVA per capita în Republica Moldova, în perioada 2020-2024

Indicator	Anul				
	2020	2021	2022	2023	2024
Numărul populației, mil.	2.643	2.626	2.565	2.492	2.423
Taxa pe valoare adăugată, mil. lei	19775.3	25508.8	29056.7	30209.3	33410.1
TVA per capita, lei	7482.142	9713.938	11328.148	12122.512	13787.10

Sursa: elaborat de către autor în baza rapoartelor privind executarea Bugetului Public Național (Ministerul Finanțelor, 2020-2024), și a raportului "Populația cu reședință obișnuită pe sexe și medii" (Biroul Național de Statistică, 2014-2024)

Această dinamică pozitivă poate fi explicată prin doi factori principali: creșterea veniturilor totale din TVA și scăderea constantă a numărului populației. Veniturile colectate din TVA au înregistrat o creștere consistentă, pornind de la 19.775,3 milioane lei în 2020 și ajungând la 33.410,1 milioane lei în 2024. În același timp, populația Republicii Moldova a înregistrat o scădere notabilă, de la 2,643 milioane de locuitori în 2020 la 2,423 milioane în 2024. Această reducere demografică de aproximativ 8,3% contribuie direct la majorarea valorii TVA per capita, deoarece veniturile din TVA sunt împărțite la un număr mai mic de locuitori.

Creșterea TVA per capita este mai mare decât cea a TVA total, sugerând că scăderea populației a avut un impact de amplificare asupra valorii calculate per individ. Totuși, creșterea TVA-ului total indică și o contribuție semnificativă a factorilor macroeconomici precum, "tendențele modificării consumului intern, de volumul importului" (Balan, 2017).

Creșterea poate fi datorată de către inflația semnificativă din ultimii 5 ani, în concordanță cu o creștere generală a consumului și a PIB-ului în volum.

Pe de altă parte, scăderea populației este un semnal de alarmă în ceea ce privește sustenabilitatea pe termen lung a veniturilor fiscale. Întrucât baza de contribuabili se reduce, există riscul ca, în absența unor măsuri compensatorii, creșterea veniturilor din TVA să devină nesustenabilă pe termen lung. Prin urmare, factorii demografici ar trebui să fie integrați în politicile fiscale viitoare pentru a asigura stabilitatea veniturilor publice.

În continuare autorul își propune să analizeze ponderea încasărilor din TVA în totalul veniturilor fiscale în Republica Moldova în aceeași perioadă de referință (Tabelul 2)

Tabelul 2. Evoluția ponderii TVA în total venituri fiscale în Republica Moldova, în perioada 2020-2024

Indicator	Anul				
	2020	2021	2022	2023	2024
Venituri fiscale, mil. lei	39747.1	49388.8	57524.2	63006.1	68481.3
Taxa pe valoare adăugată, mil. lei	19775.3	25508.8	29056.7	30209.3	33410.1
Ponderea TVA în venituri fiscale, %	49.75	51.65	50.51	47.95	48.79

Sursa: elaborat de către autor în baza rapoartelor privind executarea Bugetului Public Național (Ministerul Finanțelor, 2020-2024)

Evoluția ponderii TVA în totalul veniturilor fiscale în Republica Moldova în perioada 2020-2024 evidențiază fluctuații semnificative în structura veniturilor bugetare. Conform datelor prezentate, veniturile fiscale au înregistrat o creștere continuă în această perioadă, de la 39.747,1 milioane lei în anul 2020 la 68.481,3 milioane lei în anul 2024, ceea ce reprezintă o majorare de aproximativ 72%. În același timp, veniturile colectate din taxa pe valoare adăugată (TVA) au crescut de la 19.775,3 milioane lei în 2020 la 33.410,1 milioane lei în 2024, înregistrând o creștere de aproximativ 69%.

Pe parcursul celor cinci ani analizați, ponderea TVA în veniturile fiscale a variat considerabil, atingând un maxim de 51,65% în anul 2021 și un minim de 47,95% în anul 2023. În anul 2020, ponderea TVA în veniturile fiscale a fost de 49,75%, iar în anul 2024, aceasta s-a situat la 48,79%. Aceste variații arată că, deși veniturile din TVA au crescut în valoare absolută, ritmul de creștere al veniturilor fiscale totale a fost uneori mai accelerat, ceea ce a dus la o scădere a ponderii TVA în structura veniturilor fiscale.

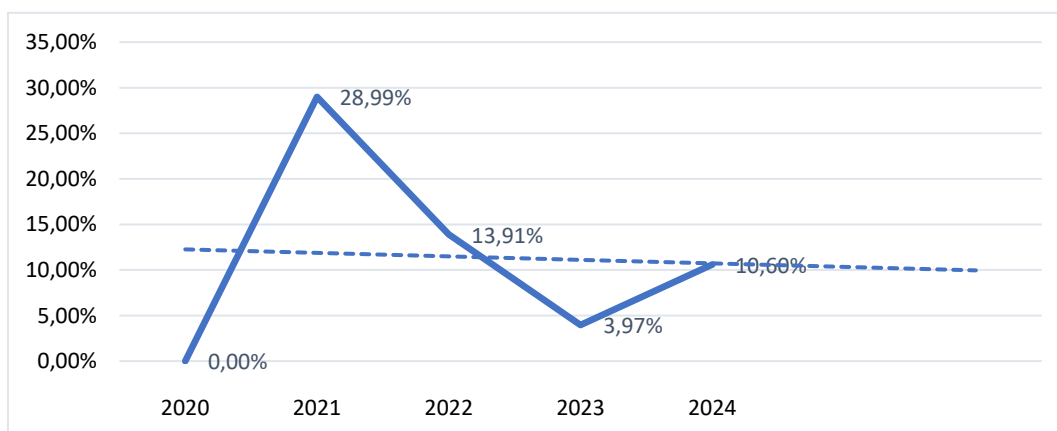


Figura 1. Dinamica veniturilor TVA în Republica Moldova, în perioada 2020-2024

Sursa: elaborat de către autor în baza datelor din Tabelul 2

Anul 2021 reprezintă un punct de cotitură, cu o pondere maximă a TVA în veniturile fiscale, ceea ce poate indica fie o îmbunătățire a colectării TVA, fie o performanță economică favorabilă în ceea ce privește consumul și tranzacțiile impozabile. În schimb, în perioada următoare, ponderea

TVA în veniturile fiscale a început să scadă, ceea ce poate fi interpretat ca o diversificare a surselor de venit fiscal sau ca o creștere a veniturilor din alte tipuri de impozite și taxe.

Această tendință descrescătoare a ponderii TVA în ultimii ani sugerează necesitatea unei analize mai detaliate a dinamicii veniturilor fiscale, pentru a înțelege în ce măsură alte impozite contribuie mai semnificativ la bugetul de stat. De asemenea, este posibil ca modificările în politicile fiscale sau economice să fi influențat atât eficiența colectării TVA, cât și structura generală a veniturilor bugetare.

În figura 1 se poate observa evoluția pozitivă a veniturilor provenite din taxa pe valoare adăugată. În anul 2021, identificăm cea mai mare creștere a veniturilor din TVA în conformitate cu revenirea din criza pandemică, urmată mai apoi de 13.91% în anul 2021, semn al continuării trendului pozitiv. Anii 2023 și 2024 continuă mai departe trend-ul de creștere, anul 2024 evidențiindu-se prin creștere de 10.60% semn al creșterii consumului în concordanță cu creșterea veniturilor medii salariale în țară.

Evoluția stabilă a veniturilor TVA și creșterea lor continuă reflectă stabilitatea acestui impozit indirect. Tendința ascendentă demonstrează caracterul previzibil și sustenabil al TVA-ului ca sursă de venit bugetar, asigurând o contribuție constantă la finanțele publice.

CONCLUZII

În concluzie, evoluția ponderii TVA în veniturile fiscale din Republica Moldova arată că, deși colectările din TVA cresc în valoare absolută, importanța acestora în structura veniturilor bugetare a scăzut treptat în ultimii ani. Totodată, se poate confirma rolul semnificativ al taxei pe valoare adăugată la formarea veniturilor fiscale, având în vedere ponderea de aproximativ 50% ce s-a menținut stabil pe perioada celor 5 ani analizați. Creșterea de aproximativ 70% a veniturilor din TVA pentru ultimii 5 ani reflectă eficiența acestui impozit, cimentând statutul de pilon al veniturilor fiscale a TVA. În plus, eficiența colectării și extinderea bazei de impozitare vor consolida și mai mult acest flux de venituri, susținând dezvoltarea economică pe termen lung.

În perspectivă, ne putem aștepta la continuarea trend-ului pozitiv al veniturilor din TVA în concordanță cu dezvoltarea economică a Republicii Moldova, integrării la Uniunea Europeană, și creșterea veniturilor salariale din țară.

REFERINȚE:

1. Balan, A. (2017). Factorii de influență a veniturilor fiscale. *Culegere de articole selective ale Conferinței Științifice Internaționale „Competitivitatea și Inovarea în Economia Cunoașterii”*, 269-274.
la: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/269-274_0.pdf.
2. Biroul Național de Statistică. (2014-2024). *Populația cu reședință obișnuită pe sexe și medii*.
<https://statistica.gov.md/ro>.
3. Codul Fiscal al Republicii Moldova. (1997). Monitorul Oficial al Republicii Moldova.
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146721&lang=ro#. Accesat la 22 martie 2025.
4. Hyman, D. (2011). *Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy*. Cengage Learning.
<https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2014/09/Hyman-David-2011-Public-Finance.pdf>. ccesat la 22 martie 2025.
5. Manoli, M., & Zlatina, N. (2016). Teoria și practica taxei pe valoare adăugată în contextul integrării europene. *Probleme moderne de dezvoltare ale Uniunii Europene și relațiile dintre Republica Moldova și UE*, 124-130.
https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/124-130_21.pdf.
6. Ministerul Finanțelor. (2020-2024). *Raport privind executarea Bugetului Public Național*.
<https://mf.gov.md/ro/ministerul-finan%C8%9Belor/catalogul-de-date-deschise-al-ministerului-finan%C8%9Belor>.

Coordonator științific: BULGAC Corina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bulgac.corina@ase.md

CHARACTERISTICS OF COMMERCIAL BANK OPERATIONS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

CARACTERISTICA OPERAȚIUNILOR BĂNCILOR COMERCIALE DIN REPUBLICA MOLDOVA

TALPĂ Alexandru, student, specialitatea: Marketing și Logistică

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: talpa.alexandru@ase.md

Abstract: *Commercial banks play an essential role in the economy of the Republic of Moldova by providing financial services to individuals and businesses. This article analyzes the main banking operations, including deposit collection, lending, payments, and related services, as well as the impact of regulations on banking activities.*

Kew words: *commercial banks, banking operations, financial regulation, lending, digitalization, Republic of Moldova, financial security, banking services*

JEL CLASSIFICATION: G1

INTRODUCERE

Băncile comerciale reprezintă instituții financiare esențiale în economia națională, având rolul de a asigura circulația capitalului și stabilitatea financiară. În Republica Moldova, sectorul bancar este reglementat de Banca Națională a Moldovei (BNM), care supraveghează activitățile băncilor și asigură respectarea normelor prudențiale.

În ultimele decenii, băncile comerciale au devenit pilonii principali ai economiei naționale, facilitând dezvoltarea afacerilor, sprijinind populația prin servicii financiare moderne și integrând noile tehnologii digitale pentru eficientizarea operațiunilor. Pe fondul provocărilor economice globale, inclusiv crize financiare și ajustări legislative, sistemul bancar moldovenesc a fost nevoit să adopte reforme pentru a rămâne competitiv și stabil.

Importanța băncilor comerciale derivă din capacitatea acestora de a mobiliza resurse financiare, de a asigura intermedierea între economisitori și investitori și de a facilita dezvoltarea economică prin creditare. Ele contribuie la crearea locurilor de muncă, la sprijinirea inițiativelor antreprenoriale și la stimularea consumului. În plus, băncile sunt esențiale pentru integrarea Republicii Moldova în economia globală, participând la rețele internaționale de plăți și asigurând schimburile financiare internaționale.

Acest studiu își propune să evidențieze principalele operațiuni bancare, să analizeze impactul reglementărilor asupra sectorului bancar și să exploreze provocările și perspectivele viitoare ale industriei bancare din Republica Moldova.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Băncile comerciale colectează fonduri de la populație și agenți economici sub formă de depozite la vedere, depozite la termen și conturi de economii. Această activitate este esențială pentru funcționarea băncilor, deoarece oferă baza necesară pentru creditare și alte operațiuni.

Creditarea este una dintre principalele surse de venit pentru băncile comerciale. Aceasta include credite de consum, credite ipotecare, credite pentru afaceri și alte tipuri de finanțare. Băncile analizează bonitatea clienților și stabilesc condiții adecvate de acordare a împrumuturilor.

Băncile comerciale facilitează efectuarea plăților și transferurilor prin diverse instrumente, inclusiv ordine de plată, carduri bancare și sisteme de plăți electronice. Digitalizarea sectorului bancar a condus la creșterea eficienței și securității acestor operațiuni. Băncile oferă și servicii suplimentare, cum ar fi schimbul valutar, asigurările, administrarea activelor și consultanța financiară. Aceste servicii contribuie la diversificarea surselor de venit ale băncilor și la fidelizarea clienților.

Sectorul bancar din Republica Moldova este supus unei reglementări stricte din partea BNM. Printre principalele norme se numără cerințele de capital, măsurile de prevenire a spălării banilor și protecția consumatorilor. Respectarea acestor reguli contribuie la stabilitatea sistemului bancar și la creșterea încrederii publicului în instituțiile financiare. În contextul globalizării și al dezvoltării tehnologice, băncile comerciale din Republica Moldova se confruntă cu provocări legate de digitalizare, securitate cibernetică și competitivitate. Implementarea tehnologiilor financiare (FinTech) și adaptarea la cerințele pieței moderne sunt esențiale pentru succesul pe termen lung. Totodată, relația dintre bănci și clienți evoluează, ceea ce impune o mai mare transparență și flexibilitate în oferirea serviciilor financiare. Pe lângă digitalizare, băncile comerciale trebuie să abordeze și riscurile financiare, inclusiv fluctuațiile valutare, schimbările reglementărilor și volatilitatea piețelor internaționale. Creșterea gradului de educație financiară în rândul populației și dezvoltarea unor parteneriate între sectorul bancar și companiile de tehnologie pot contribui la sporirea încrederii în sistemul bancar. Totodată, băncile trebuie să inoveze continuu, să ofere servicii personalizate și să creeze produse financiare adaptate nevoilor consumatorilor moderni.

ASPECTE GENERALE

Băncile comerciale din Republica Moldova reprezintă instituții financiare esențiale pentru economia națională. Acestea îndeplinesc funcții critice, cum ar fi mobilizarea resurselor financiare, furnizarea de credite și asigurarea plăților. Într-un mediu economic aflat în continuă schimbare, băncile trebuie să se adapteze reglementărilor în vigoare, tendințelor tehnologice și cerințelor pieței pentru a-și menține competitivitatea.

Sectorul bancar moldovenesc este reglementat de Banca Națională a Moldovei (BNM), care impune norme prudențiale menite să asigure stabilitatea financiară. În ultimii ani, digitalizarea serviciilor bancare a devenit o prioritate, determinând băncile să investească în tehnologii moderne și să optimizeze procesele operaționale.

ANALIZA OPERAȚIUNILOR

Operațiunile bancare din Republica Moldova se împart în mai multe categorii principale:

1. Colectarea depozitelor – Băncile atrag resurse financiare de la persoane fizice și juridice sub formă de depozite la vedere, depozite la termen și conturi de economii.
2. Activitatea de creditare – Aceasta include creditele pentru consum, creditele ipotecare, creditele pentru întreprinderi și alte forme de finanțare. Analiza bonității clienților și gestionarea riscurilor sunt esențiale pentru succesul acestui segment.
3. Plăți și transferuri – Băncile facilitează plățile prin diverse metode, inclusiv ordine de plată, carduri bancare și sisteme de plată electronică.
4. Servicii financiare complementare – Schimbul valutar, asigurările, consultanța financiară și administrarea activelor sunt servicii adiționale oferite de băncile comerciale pentru diversificarea surselor de venit și fidelizarea clienților.

În contextul reglementărilor stricte impuse de BNM, băncile trebuie să respecte cerințele de capital minim, măsurile de prevenire a spălării banilor și normele de protecție a consumatorilor. Implementarea acestor măsuri contribuie la menținerea unui sistem bancar stabil și de încredere.

Pentru a analiza evoluția sectorului bancar, se prezintă un tabel grafic ce reflectă dinamica principalelor operațiuni bancare din ultimii ani. Acesta include date referitoare la volumul depozitelor, creditelor acordate, tranzacțiilor efectuate și alte indicatori relevanți pentru evaluarea performanței băncilor comerciale.

Tabelul 1. Tabel grafic – Dinamica operațiunilor

An	Depozite colectate (mld. MDL)	Credite acordate (mld. MDL)	Tranzacții electronice (milioane)
2020	50	35	12
2021	55	38	15
2022	60	42	18
2023	65	47	22

Sursa: BNM

Tabelul evidențiază creșterea constantă a operațiunilor bancare, determinată de factori precum dezvoltarea economică, digitalizarea și diversificarea serviciilor financiare. Evoluția tranzacțiilor electronice reflectă adoptarea tot mai extinsă a tehnologiilor digitale în sectorul bancar, ceea ce contribuie la eficiența și accesibilitatea serviciilor bancare pentru populație și mediul de afaceri.

CONCLUZII

Băncile comerciale din Republica Moldova desfășoară o gamă variată de operațiuni, având un impact semnificativ asupra economiei naționale. Prin oferirea unor servicii diversificate, acestea sprijină dezvoltarea economică și facilitează accesul populației la instrumente financiare moderne. Într-un mediu în continuă schimbare, digitalizarea și reglementările stricte joacă un rol important în modelarea viitorului sectorului bancar.

Pentru a face față provocărilor viitoare, băncile comerciale trebuie să adopte strategii inovatoare, să investească în tehnologii avansate și să îmbunătățească relația cu clienții. Creșterea transparenței, reducerea riscurilor financiare și dezvoltarea unor servicii personalizate vor contribui la consolidarea încrederii în sistemul bancar și la dezvoltarea economică durabilă a Republicii Moldova. De asemenea, o colaborare strânsă între autorități, instituțiile bancare și sectorul privat este esențială pentru stabilitatea și creșterea economică pe termen lung.

REFERINȚE:

1. Banca Națională a Moldovei. (n.d.). *Reglementări și norme prudențiale*. www.bnm.md
2. Raportul anual al BNM. (2024).www.bnm.md

Coordonator științific: MĂRGINEANU Aureliu, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: margineanu.aureliu@ase.md

EVOLUTION OF TAX REVENUES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA IN THE CONTEXT OF INTEGRATION INTO THE EUROPEAN UNION

EVOLUȚIA VENITURILOR FISCALE ÎN REPUBLICA MOLDOVA ÎN CONTEXTUL INTEGRĂRII ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

ZOINĂ Sidni, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: zoina.sidni@ase.md

Abstract: The study explores the evolution of fiscal revenues in the Republic of Moldova amid European integration, focusing on tax policy alignment with EU standards. The integration process requires adjustments, particularly in VAT and excises, to ensure compliance with the EU single market. The research is based on statistical analysis and comparative methods, using data from national and European institutions. Harmonizing Moldova's fiscal system with EU regulations involves legislative reforms, improved tax administration, and measures to combat tax evasion. Key recommendations include advancing digitalization, enhancing tax collection efficiency, and supporting economic stability. Aligning fiscal policies with European standards is crucial for Moldova's financial sustainability and integration into EU structures.

Keywords: European Integration, tax revenues, tax policy harmonization, direct taxes, indirect taxes

JEL CLASSIFICATION: E62, F15, H2, H3, H21, H29

INTRODUCERE

Procesul de integrare a Republicii Moldova în Uniunea Europeană presupune ajustarea treptată a legislației naționale la standardele comunitare, inclusiv în domeniul fiscal, iar unul dintre obiectivele principale ale armonizării fiscale este consolidarea pieței unice europene prin eliminarea barierelor fiscale și asigurarea unui mediu competitiv echitabil. Adoptarea unui cadru fiscal compatibil cu cel al UE oferă stabilitate atât pentru contribuabili, cât și pentru companii, facilitând tranzacțiile economice și reducând riscul dublei impunerii.

Uniunea Europeană intervine în reglementarea fiscală doar acolo unde este necesar pentru a atinge aceste obiective, fie prin norme aplicabile la nivel comunitar, fie prin stabilirea unor standarde minime, cum ar fi cotele reduse de TVA și accizele. UE a întreprins inițiative pentru alinierea sistemelor naționale în ceea ce privește impozitele directe, în special pentru combaterea evaziunii fiscale și consolidarea cooperării între administrațiile fiscale naționale, însă armonizarea legislației fiscale europene se concentrează în mod deosebit pe impozitele indirecte, precum TVA-ul și accizele (Bulgac, 2016).

Prin urmare, conform Anexei IV la Acordul de Asociere RM-UE, Republica Moldova s-a angajat să transpună în legislația sa națională normele europene privind impozitarea indirectă, respectând termenele stabilite (Cobzari, 2023).

Implementarea acestor reforme are un impact considerabil asupra evoluției veniturilor fiscale ale țării, contribuind la o integrare mai eficientă în structurile economice și financiare europene.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Studierea evoluției veniturilor fiscale în Republica Moldova în contextul integrării europene se bazează pe o varietate de surse bibliografice, incluzând rapoarte ale Ministerului Finanțelor, analize ale Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova și publicații ale instituțiilor europene,

precum Comisia Europeană și Eurostat. De asemenea, literatura de specialitate și articolele academice oferă perspective teoretice și empirice asupra impactului integrării economice asupra politicilor fiscale naționale.

Pentru realizarea acestui studiu au fost utilizate metode cantitative și calitative. Analiza statistică a fost aplicată pentru a examina evoluția veniturilor fiscale pe baza datelor oficiale disponibile, iar comparația cu tendințele europene a permis o mai bună înțelegere a impactului reformelor fiscale.

Evoluția veniturilor în Republica Moldova este strâns legată de procesele economice și politice, iar integrarea în Uniunea Europeană determină necesitatea alinierii sistemului fiscal la standardele comunitare. Veniturile colectate de stat provin în principal din impozitele indirecte, care sunt influențate de consumul intern și de fluxurile comerciale, dar și din impozitele directe, care reflectă contribuțiile cetățenilor și ale companiilor în funcție de veniturile și proprietățile deținute. Astfel, transformările generate de integrarea europeană influențează structura și dinamica acestor venituri, adaptându-le la cerințele unui spațiu economic deschis și competitiv. Pentru a elucida modul în care armonizarea legislației fiscale cu aquis-ul comunitar poate influența veniturile bugetului de stat pe termen lung, se va analiza evoluția veniturilor fiscale în Republica Moldova pentru perioada 2022-2027.

Tabelul 1. Analiza veniturilor fiscale estimate pentru perioada 2022-2025, milioane lei

Denumirea	Executat		Aprobat	Estimat		
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Impozite directe	15232,8	17182,5	18014	19256,7	21039	23552,9
Impozite indirecte	39801,3	43159,4	47159	51692,1	54742,7	60076,6
Contribuții și prime de asigurări sociale de stat obligatorii	24923,2	29022,4	31946,2	35770	39226	42881,2
Total venituri fiscale	79957,3	89364,3	97119,2	106718,8	115007,7	126510,7
PIB	274500	300400	342100	358700	392800	429100
Total venituri fiscale, % din PIB	29,13	29,75	28,39	29,75	29,28	29,48

Sursa: elaborată de autor în baza datelor din Cadrul bugetar pe termen mediu (2025-2027)

Analizând datele, se observă o creștere constantă a veniturilor fiscale totale, de la 79.957,3 milioane lei în 2022 la o estimare de 126.510,7 milioane lei în 2027. Această tendință reflectă atât îmbunătățirea mecanismelor de colectare a taxelor, cât și expansiunea economică. Cu toate acestea, ponderea veniturilor fiscale în PIB rămâne relativ constantă, variind între 28,39% și 29,75%, ceea ce sugerează că economia și veniturile bugetare cresc într-un ritm similar.

Impozitul pe venit înregistrează o creștere semnificativă, de la 14.725,9 milioane lei în 2022 la 22.992,9 milioane lei în 2027, ceea ce poate indica fie o sporire a veniturilor populației și a activității economice, fie o mai bună conformare fiscală. Un impact considerabil îl are semnarea programului Fiscalis ce urmărește îmbunătățirea funcționării sistemelor de impozitare din UE printr-o cooperare extinsă între țările participante, autoritățile fiscale ale acestora și funcționarii lor. Obiectivul specific al programului este de a sprijini lupta împotriva fraudei și evaziunii fiscale, precum și a acțiunilor de evitare a impozitării, dar și punerea în aplicare a dreptului UE în domeniul impozitării. De asemenea, contribuțiile de asigurări sociale și medicale cresc considerabil, ceea ce sugerează o extindere a bazei de contribuabili și un sistem de protecție socială mai solid.

Deoarece impozitele indirecte sunt cele mai afectate de procesul de armonizare fiscală, fiind direct legate de comerțul transfrontalier și libera circulație a bunurilor și serviciilor, analiza s-a concentrat asupra TVA-ului și accizelor, acestea având un rol esențial în structura veniturilor bugetare și în alinierea Republicii Moldova la normele Uniunii Europene. TVA și accizele reprezintă surse importante de venit, având o creștere progresivă în perioada analizată. Aceasta poate fi rezultatul alinierii la standardele UE în materie de taxare a consumului și combaterii evaziunii fiscale. Un

exemplu relevant în acest context este creșterea încasărilor de pe seama tutunului care se datorează în principal necesității de armonizare a legislației fiscale în concordanță cu cotele accizelor stabilite de către Directiva UE 2011/64/UE privind structura și ratele accizelor aplicate tutunului prelucrat, dar și prin prevederile din Acordul de Asociere și Convenția-cadru pentru controlul tutunului a Organizației Mondiale a Sănătății din 2003 (Gabura, 2023).

În acest sens, în conformitate cu angajamentele asumate, Republica Moldova urmează să aplice până în anul 2025 cota accizului nu mai mică de 90 euro (circa 1.800 lei cursul actual n.r.) pentru 1.000 de țigarete, indiferent de prețul ponderat de vânzare cu amănuntul, conform proiectului pornit. Evoluția cotelor accizelor la tutun , în perioada 2018-2022 este prezentată în tabelul ce urmează:

Tabelul 2. Evoluția cotelor accizelor la tutun, în perioada 2018-2022

		2018	2019	2020	2021	2022
Cu filtru 1000 bucăți/ valoarea lei	1000 bucăți valoarea în lei	410 lei +12 % ,nu mai puțin de 540 lei	460 + 12 % dar nu mai puțin de 610 lei	540 + 13 % dar nu mai puțin de 700 lei	621+13%, dar nu mai puțin de 834 lei	715 + 13%, dar nu mai puțin de 959 lei
Tutun tăiat fin destinat rulării în țigarete	kilogram	-	1000 lei	1200 lei	1260 lei	1323 lei
Rezerve din tutun pentru dispozitive de încălzire a tutunului	1000 bucăți valoarea în lei	-	610 lei	700 lei	834 lei	959 lei
Fără filtru 1000 bucăți/ valoarea lei						
- ovale cu lungimea de până la 70 mm	1000 bucăți valoarea în lei	260 + 3 %	360 + 6 %	540 + 13 % dar nu mai puțin de 700 lei	621 + 13%, dar nu mai puțin de 834	715 + 13%, dar nu mai puțin de 959 lei
- cu muștiuc, altele	1000 bucăți valoarea în lei	300 + 3 %	460 + 6 %	540 + 13 % dar nu mai puțin de 700 lei	621 + 13%, dar nu mai puțin de 834	715 + 13%, dar nu mai puțin de 959 lei

Sursa: elaborată de autor în baza datelor din Raportul cu privire la realizarea Planului național de acțiuni pentru implementarea Programului național privind controlul tutunului pentru anii 2017-2021

În același timp, introducerea TVA-ului ca impozit principal în sistemul fiscal reprezintă o cerință esențială pentru statele care aspiră la aderarea la UE. Din 1993, s-a implementat principiul conform căruia orice cetățean al UE poate cumpăra bunuri pentru uz personal din orice stat membru, achiziționând TVA-ul în țara de achiziție. Această reglementare reflectă eliminarea formalităților vamale. Armonizarea fiscală impune anumite reguli esențiale, printre care:

- Rata standard a TVA trebuie să fie cuprinsă între 15% și 19%, fiind aplicată în general majorității bunurilor și având un rol predominant în sistemul fiscal.
- S-a stabilit că pentru anumite categorii de bunuri se aplică o rată mai ridicată a TVA, contribuind astfel la reducerea efectului regresiv al taxei pe consum. Selecția acestor bunuri trebuie realizată cu atenție, având în vedere diferențele de consum.
- Directivele permit aplicarea unei rate de TVA de 0% sau sub 5% pentru exporturi și anumite servicii sociale. (MOLDOVA, G. R., 2024)

În graficul ce urmează este prezentată evoluția acestui impozit indirect, pentru perioada 2022-2027:

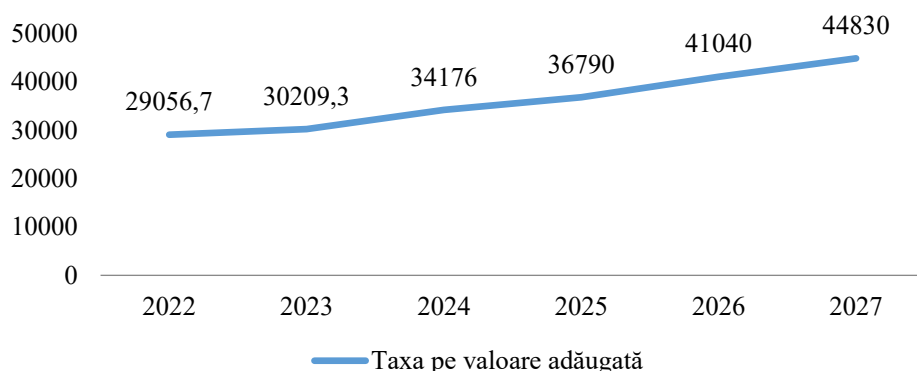


Figura 1. Evoluția taxei pe valoare adăugată, în perioada 2022-2027, milioane lei

Sursa: elaborată de autor în baza datelor din Tabelul 1

Graficul arată creșterea constantă a veniturilor din TVA în Republica Moldova, de la 29.056,7 milioane lei în 2022 la o estimare de 44.830 milioane lei în 2027. Această evoluție estimativă pentru anii 2025-2027 se datorează atât creșterii economice, cât și măsurilor de revizuire a facilităților fiscale, precum aplicarea regimului standard de impozitare pentru pământ, arendă și anumite servicii din domeniul cercetării și inovării. Aceste reforme contribuie la extinderea bazei de impozitare și la sporirea veniturilor bugetare, susținând obiectivele de aliniere la standardele europene.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Evoluția veniturilor fiscale în Republica Moldova reflectă atât creșterea economică, cât și eforturile de aliniere la standardele UE. Majorarea constantă a veniturilor bugetare este susținută de îmbunătățirea mecanismelor de colectare, ajustarea cotelor de accizare și reformele privind TVA. Totuși, provocările legate de echilibrul dintre creșterea veniturilor și povara fiscală impun măsuri suplimentare.

Pentru o integrare fiscală sustenabilă, se recomandă continuarea reformelor fiscale, digitalizarea administrației fiscale, combaterea evaziunii, sprijinirea mediului de afaceri și eficientizarea colectării taxelor. Aceste acțiuni vor contribui la stabilitatea financiară și la integrarea Moldovei în piața unică europeană.

REFERINȚE:

1. Bulgac, C. (2016). *Armonizarea politicii fiscale a Republicii Moldova în contextul integrării în Uniunea Europeană*. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/136-142_0.pdf
2. Cobzari, L. (2023). *Provocări în procesul de armonizare a legislației fiscale din Republica Moldova cu cea a Uniunii Europene*. <https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/3024>
3. Gabura, T. (2023). *Strategia privind politica fiscală a Republicii Moldova în perioada de aderare la Uniunea Europeană*. <https://irek.ase.md/xmlui/handle/123456789/3277>
4. Moldova, G. R. (2024). *Cu privire la aprobarea Cadrului bugetar pe termen mediu (2025-2027)*. <https://gov.md/sites/default/files/document/attachments/cbtm-nu-646-mf-2024.pdf>

Coordonator științific: BULGAC Corina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bulgac.corina@ase.md

ANALYSIS OF THE PROPERTY AND SOURCES OF ITS FORMATION OF THE ENTERPRISE S.R.L. "SWEETLAND"

АНАЛИЗ ИМУЩЕСТВА И ИСТОЧНИКОВ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ S.R.L. «SWEETLAND»

¹ BÎICLÎ Tatiana, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
e-mail autor: biicli.tatiana@ase.md

² TAȘCI Maria, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
e-mail autor: tasci.maria@ase.md

^{1,2} Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Abstract: Analysis of the assets and sources of its formation of the enterprise is one of the key tasks of financial management, since it allows to assess the financial condition of the company, identify risks and determine strategic directions of development. In modern conditions, when the business environment is becoming increasingly dynamic and unpredictable, this analysis acquires special significance and relevance. The purpose of this study is to analyze the assets and liabilities of the enterprise S.R.L. "SWEETLAND" and develop measures for their effective management. The Moldovan company S.R.L. "SWEETLAND" is engaged in the production and sale of honey, nuts and dried fruits, handmade chocolate.

Keywords: financial reporting property, liabilities, financial stability, liquidity.

JEL CLASSIFICATION: G30

ВВЕДЕНИЕ

Анализ имущества и источников его формирования предприятия – одна из ключевых задач финансового управления, поскольку он позволяет оценить финансовое состояние компании, выявить риски и определить стратегические направления развития. В современных условиях, когда бизнес-среда становится все более динамичной и непредсказуемой, этот анализ приобретает особую значимость и актуальность.

Цель данного исследования является анализ активов и пассивов предприятия S.R.L. «SWEETLAND» и разработка мероприятий по их эффективному управлению. Молдавская компания S.R.L. «SWEETLAND» занимается изготовлением и продажей меда, орехов и сухофруктов, шоколада ручной работы.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

На сегодняшний день каждый хозяйствующий субъект ежегодно обязан составлять и представлять в налоговые органы бухгалтерскую отчетность, основой которой является бухгалтерский баланс.

Финансовая отчетность (бухгалтерская отчетность) – информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями, установленными законодательством (Герасименко, 2011).

Бухгалтерский баланс имеет большое значение не только для руководителей предприятия, но и для учредителей, банков, государственных органов (налоговая, статистика и т.д.), инвесторов, лизинговых и страховых компаний. Благодаря информации, содержащейся

в данном документе, различные пользователи видят не только результаты на данный момент времени, но и могут оценить платежеспособность, финансовую устойчивость и риски потери её. Именно этим и обуславливается важность анализа имущества и источников его формирования предприятия.

Актив – часть бухгалтерского баланса, отражающая состав и стоимость имущества организации на определённую дату; совокупность имущества, принадлежащего юридическому лицу или предпринимателю (Брокгауз, Ефрон, 1890-1907).

Далее предлагаем наглядно рассмотреть состав активов предприятия S.R.L. «SWEETLAND» за 2021-2023 года (см. таблицу 1).

Таблица 1. Динамика изменений долгосрочных и оборотных активов в составе имущества предприятия S.R.L. «SWEETLAND»

Показатели	2021 год		2022 год		2023 год		Отклонения, лей	
	Сумма, лей	%	Сумма, лей	%	Сумма, лей	%	2022 г. к 2021г.	2023 г. к 2022г.
1. Долгосрочные активы	725 842	32,7	937 669	35,2	773 395	25,2	211 827	-164 274
2. Оборотные активы	1 494 681	67,3	1 727 028	64,8	2 294 999	74,8	232 347	567 971
Всего активы	2 220 523	100	2 664 697	100	3 068 394	100	444 174	403 697

Источник: разработано авторами на основе финансовой отчетности S.R.L. «SWEETLAND» за 2021-2023 гг.

Опираясь на данные, представленные в таблице 1, можно сказать, что за период 2021-2023 активы увеличились на 38%. Рост активов предприятия свидетельствует об увеличении его экономического потенциала и финансовой устойчивости. В 2022 году наблюдается рост долгосрочных активов на 29% (+211 827 леев) за счет увеличения основных средств, что свидетельствует о стратегическом развитии бизнеса – расширение производства.

Стоит отметить, что основной рост имущества предприятия произошел за счет оборотных активов. Поэтому предлагаем рассмотреть в таблице 2 основные компоненты оборотных активов, повлиявшие на значительное увеличение активов предприятия (см. таблицу 2):

Таблица 2. Динамика изменений долгосрочных и оборотных активов в составе имущества предприятия S.R.L. «SWEETLAND»

Показатели	2021 год		2022 год		2023 год		Отклонения, лей	
	Сумма, лей	%	Сумма, лей	%	Сумма, лей	%	2022 г. к 2021г.	2023 г. к 2022г.
1.1. Запасы	312 198	20,9	567 564	32,9	1 235 817	53,8	255 366	668 253
1.2. Дебиторская задолженность	378 262	25,3	212 546	12,3	921 270	40,2	-165 716	708 724
1.3. Денежные средства и денежные документы	804 221	53,8	946 918	54,8	137 912	6	142 697	-809 006
Оборотные активы всего	1 494 681	100	1 727 028	100	2 294 999	100	232 347	567 971

Источник: разработано авторами на основе финансовой отчетности S.R.L. «SWEETLAND» , за 2021-2023 гг.

Основываясь на показателях, отраженных в таблице 2, можно сделать вывод, что в течение 2021-2023 гг. прослеживается постоянное увеличение оборотных активов предприятия S.R.L. «SWEETLAND» на 54%. В основном рост оборотных активов произошел вследствие увеличения запасов почти в 4 раза и дебиторской задолженности в 2,4 раза. Рост запасов связан со значительным увеличением МБП, продукции и товара, за счет приобретенного

основного средства – нового оборудования в 2022 году, которое отразилось в долгосрочных активах (см. таблица 1). Увеличение этих показателей также свидетельствует об росте спроса потребителей в продукции компании S.R.L. «SWEETLAND», что в свою очередь говорит об потенциале данной компании.

Чтобы разобраться в отчетности компании, важно понимать не только активы, но и пассивы – источники финансирования бизнеса. Пассивы делятся на две основные группы: собственный капитал и обязательства. Собственный капитал представляет собой средства, вложенные в компанию ее учредителями, включая уставный капитал и нераспределенную прибыль. Эти ресурсы могут направляться как на развитие бизнеса, так и на выплату дивидендов. Обязательства – это долги компании перед банками, поставщиками, государством и другими контрагентами. Они включают кредиты, задолженность перед партнерами и налоговые обязательства. Рассмотрим подробнее структуру пассивов предприятия (см. таблицу 3).

Таблица 3. Динамика и структура пассива баланса предприятия S.R.L. «SWEETLAND» за период 2021-2023 гг.

Показатели	2021 год		2022 год		2023 год		Отклонения, лей	
	Сумма, лей	%	Сумма, лей	%	Сумма, лей	%	2022 г. к 2021г.	2023 г. к 2022г.
1. Собственный капитал	373 460	16,8	648 990	24,3	1 584 569	51,7	275 530	935 579
2. Долгосрочные обязательства	1 356 002	61,1	1 121 244	42,1	1 025 281	33,4	-234 758	-95 963
3. Текущие обязательства	491 061	22,1	894 463	33,6	458 544	14,9	404 402	-435919
Всего пассивы	2 220 523	100	2 664 697	100	3 068 394	100	444 174	403 697

Источник: разработано авторами на основе финансовой отчетности S.R.L. «SWEETLAND» за 2021-2023 гг.

Проанализировав данные таблицы 3, можем увидеть динамику увеличения пассивов предприятия, они выросли на 38% за период 2021-2023, как и активы предприятия S.R.L. «SWEETLAND». Это вызвано увеличением показателей собственного капитала, поскольку их доля в пассивах увеличивается с 16,8% в 2021 году до 51,7% (1 584 569 лей) в 2023 году. Снижение долгосрочных и текущих обязательств в пассивах предприятия указывает на уменьшение долговой нагрузки, что может свидетельствовать о погашении долгов, улучшении финансовой устойчивости и снижении потребности в заемных средствах.

Однако пассивы и активы – это лишь одна сторона финансового положения компании. Не менее важно понимать, насколько быстро и в полном объеме предприятие может погасить свои обязательства. Для этого используются коэффициенты ликвидности, которые позволяют оценить платежеспособность организации в краткосрочной перспективе. (см. таблицу 4)

Таблица 4. Динамика и структура пассива баланса предприятия S.R.L. «SWEETLAND» в течение 2021-2023 гг.

Наименование	2021 год	2022 год	2023 год	Отклонения	
				2022 год к 2021 году	2023 год к 2022 году
1. Текущая ликвидность	3,04	1,93	5,0	- 1,11	+ 3,07
2. Промежуточная ликвидность	2,41	1,3	2,31	- 1,11	+ 1,01
3. Абсолютная ликвидность	1,64	1,06	0,3	- 0,58	- 0,76

Источник: разработано авторами на основе финансовой отчетности S.R.L. «SWEETLAND» за 2021-2023 гг.

Коэффициент текущей ликвидности показывает, располагает ли предприятие оборотными активами, достаточными для погашения краткосрочных обязательств в полной мере. Нормальным считается значение коэффициента 1.5 - 2.0 (Пожидаева, 2007). Анализируя данные таблицы предприятия S.R.L. «SWEETLAND», можно отметить, что оптимальное значение этого коэффициента было в 2022 году – 1,93, а в 2021 и 2023 гг. этот

коэффициент превышал значения 3, что свидетельствует о нерациональной структуре капитала и о недостаточно активном использовании оборотных активов.

Коэффициент промежуточной ликвидности отражает долю краткосрочных обязательств, которые предприятие способно погасить, мобилизуя для этого денежные средства, краткосрочные инвестиции и дебиторскую задолженность. Нормативное значение коэффициента попадает в диапазон 0.8-1.0. (Пожидаева, 2007). Исходя из данных таблицы, видно, что в течении 3-х лет данный коэффициент превышает нормативное значение, а в 2021 и в 2023 годах – более, чем в два раза. Это указывает на избыточную ликвидность и неэффективное использование активов. Предприятие S.R.L. «SWEETLAND» имеет высокий уровень дебиторской задолженности, который приводит к снижению ликвидности компании и увеличению риска неплатежей.

Коэффициент абсолютной ликвидности характеризует долю краткосрочных обязательств, которую предприятие готово оплатить немедленно, используя только наличные денежные средства. Считается, что нормативное значение коэффициента 0.2-0.3 (Пожидаева, 2007). Из данных таблицы 4 прослеживается динамика снижения данного коэффициента предприятия S.R.L. «SWEETLAND» сначала на 0,58, затем еще на 0,76, пока он не достиг своего оптимального значения 0,3 в 2023 году. В 2021 и 2022 гг. коэффициент абсолютной ликвидности был больше 1, что свидетельствовало о скоплении слишком большого количества ликвидных активов, которые использовались неэффективно.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сделать вывод, что анализ имущества и источников его формирования является важным элементом для оценки финансовой устойчивости, платежеспособности и эффективности управления активами компании. Он позволяет оценить финансовое состояние компании, выявить риски и определить стратегические направления развития. Так, с помощью проведенного анализа финансовой отчетности предприятия S.R.L. «SWEETLAND», были выявлены некоторые проблемы, связанные с ликвидностью компании, для решения которых хотелось бы дать следующие рекомендации.

В связи с превышением норматива по всем показателям ликвидности, можно порекомендовать компании S.R.L. «SWEETLAND» инвестировать свободные средства, например, в расширение бизнеса, покупку оборудования или финансовые инструменты с хорошей доходностью (покупка ценных бумаг, размещение на депозитах). Также стоит оптимизировать управление дебиторской задолженностью, ускоряя её погашение и улучшая условия работы с клиентами, а также сократить избыточные запасы путем реализации неликвидных и медленно оборачиваемых товаров.

Таким образом, следуя вышеперечисленным рекомендациям предприятия S.R.L. «SWEETLAND» сможет улучшить оборачиваемость активов, обеспечит рост ликвидности, финансовой гибкости, прибыльности и рентабельности, а также обеспечит снижение издержек на хранение и обслуживание долгов, что приведёт к значительным изменениям в финансовом положении и операционной деятельности компании.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Герасименко, А. (2011). *Финансовая отчётность для руководителей и начинающих специалистов*. <https://ru.wikipedia.org/>
2. Брокгауз, А., Ефрон, А. (1890-1907). *Актив и пассив*. *Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона*. <https://ru.wikipedia.org/>
3. Пожидаева, Т. (2007). *Анализ финансовой отчетности*.

Coordonator științific: SUVOROVA Iulia, dr., conf. univ.,

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Telefon: (022) 402-772

e-mail: suvorova.iulia@ase.md

IFRS FOR COMPANIES: GROWTH OPPORTUNITY OR A FINANCIAL BURDEN?

IFRS PENTRU COMPANII: OPORTUNITATE DE CREȘTERE SAU POVARĂ ECONOMICĂ?

SCHIȚA Ecaterina, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: schita.ecaterina@ase.md

Abstract: *In a dynamic and competitive business environment, companies are expanding beyond national borders, making it essential to adapt to international economic and legislative regulations through standardized and transparent accounting practices. International Financial Reporting Standards (IFRS) serve as a global benchmark to improve the comparability, reliability, and quality of financial reports. This paper analyses the impact of adopting IFRS, highlighting both growth opportunities, such as enhanced transparency and access to capital markets, and challenges, particularly for small and medium-sized enterprises (SMEs) due to implementation costs and complexity. The study also examines legal compliance obligations and the global adoption of IFRS, providing insights into its economic implications for businesses.*

Key words: *international financial reporting standards, corporate transparency, accounting harmonization, capital market, cost of compliance.*

JEL CLASSIFICATION: M41, M48, G32, F65

INTRODUCERE

Într-o lume contemporană unde mediul de afaceri a devenit extrem de dinamic și competitiv, entitățile nu se limitează doar la piața națională, ci încearcă să își extindă desfășurarea activității peste hotarele țării. Acest proces de expansiune pe arena internațională accentuează necesitatea dar, totodată, și obligativitatea de adaptare la reglementări economice și legislative internaționale, utilizând practici contabile standardizate și transparente. Cu toate că globalizarea și digitalizarea sunt percepute drept fenomene de ascensiune economică, acestea, la rândul lor, implică noi provocări pentru companii, printre care se regăsește și indispensabilitatea aplicării unui cadru unificat de raportare financiară. Efectuând tranzacții complexe și fiind în căutare continuă de potențiale surse de finanțare transfrontaliere, este oportun de a adopta un limbaj comun de contabilitate (Bajan & Sîrbu, 2021). Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS) pot fi considerate un reper global, având scopul de a îmbunătăți comparabilitatea, fiabilitatea, inteligibilitatea și, în ansamblu, calitatea rapoartelor financiare, armonizând practicile contabile.

Articolul dat urmează să analizeze impactul adoptării IFRS asupra companiilor, evidențiind atât avantajele și oportunitățile de creștere sau, din potrivă, provocările asociate aplicării acestora. În prezenta lucrare, vor fi punctate obligațiile legale privind utilizarea IFRS, precum și criteriile care determină necesitatea conformării la aceste standarde. De asemenea, studiul va include o analiză a întreprinderilor și gradul lor de adaptabilitate la acest cadru de raportare, oferind o perspectivă asupra beneficiilor potențiale ale implementării IFRS în asigurarea transparenței financiare și accesului la piețele de capital, dar și măsura în care acestea pot deveni un factor de constrângere și o potențială povară economică.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

În scopul realizării articolului au fost examinate numeroase surse din literatura de specialitate, relevante tematicii abordate, asigurând o analiză actualizată și completă a subiectului expus. Drept bază de cercetare au servit în special actele legislative și normative ale Republicii Moldova, precum: Legea contabilității și raportării financiare (Legea contabilității și raportării financiare, 2017), Standardele Naționale de Contabilitate (Standarde Naționale de Contabilitate, 2013), Standardele Internaționale de Raportare Financiară (Standarde Internaționale de Raportare Financiară, 2008). De asemenea, au fost consultate lucrări științifice ale autorilor și cercetătorilor din Republica Moldova (Grigori, 2012), care abordează problematica aplicabilității IFRS în companii, precum și diverse lucrări ale unor cercetători străini (Воронченко, 2013), (Зубилевич, 2013) și surse web (IFRS, 2025).

Metodologia de cercetare în cadrul temei studiate cuprinde multiple metode, printre care pot fi menționate: metoda documentar normativă (analiza legislației în vigoare), metoda inducției și deducției (punctarea principalelor idei aferente tematicii), metoda sistemică (argumentarea și interpretarea datelor expuse), metoda comparației (compararea gradului de aplicabilitate ale IFRS în țările lumii) și metoda sintezei (sintetizarea aspectelor generale).

Fiind elaborate de Consiliul pentru Standarde Internaționale de Contabilitate (IASB), IFRS reprezintă un set de norme contabile menite să asigure eficient și eficace totalitatea faptelor economice prezente în viața unei entități, reprezentând cu exactitate realitatea privind poziția și performanța financiară a acesteia. Conform Legii contabilității și raportării financiare (Legea contabilității și raportării financiare, 2017) entitățile de interes public sunt obligate să țină contabilitatea și să întocmească situațiile financiare conform IFRS. În această categorie se includ: entitățile ale căror valori mobiliare sunt admise la tranzacționare pe o piață reglementată, băncile comerciale, companiile de asigurări, precum și entitățile mari care sunt întreprinderi de stat sau societăți pe acțiuni în care statul deține peste 50% din capitalul social. De asemenea, entitățile care aplică sistemul contabil în partidă dublă, cu excepția instituțiilor menționate anterior, pot opta pentru aplicarea IFRS în întocmirea situațiilor financiare (Legea contabilității și raportării financiare, 2017).

Pentru a oferi o imagine cuprinzătoare și detaliată asupra gradului de acceptare a Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (IFRS) la nivel mondial, am elaborat Tabelul 1, care sintetizează informații relevante despre utilizarea acestor standarde în diverse regiuni ale lumii.

Tabelul 1. Utilizarea IFRS la nivel mondial

Regiune	Număr total de țări	Țări care impun IFRS pentru toate sau majoritatea entităților publice responsabile	Procentajul țărilor care impun IFRS	Țări care permit sau impun IFRS doar pentru anumite entități publice responsabile	Țări care nu impun și nu permit IFRS pentru nicio entitate publică responsabilă
Europa	44	43	98%	1	0
Africa	40	37	92.5%	2	1
Orientul mijlociu	13	12	92%	1	0
Asia-Oceania	35	28	80%	2	5
America	37	26	70%	9	2
Total	169	147	87%	14	8

Sursa: elaborat de autor în baza datelor publicate de Fundația IFRS (IFRS, 2025)

Conform reglementărilor internaționale, 87% dintre țările la nivel global impun aplicarea IFRS pentru toate sau majoritatea entităților publice responsabile, demonstrând astfel importanța acestora în edificarea transparenței financiare. Europa prezintă cel mai ridicat nivel de conformitate cu IFRS (98%), ceea ce subliniază angajamentul puternic al statelor europene față de un set unitar de practici contabile. În Africa și Orientul Mijlociu, procentajul ridicat (peste 90%) confirmă că IFRS este perceput ca un instrument eficient pentru atragerea investițiilor străine și pentru consoli-

darea piețelor financiare locale, evidențiind o tendință globală de armonizare a raportării financiare, utilizând IFRS drept instrument unificator pentru întreaga lume. Adoptarea extinsă a IFRS la nivel global evidențiază multiplele beneficii pe care aceste standarde le oferă companiilor și economiilor naționale. Astfel, principalele avantaje care reprezintă oportunități de creștere economică grație implementării IFRS sunt:

- ✓ Creșterea transparenței și comparabilității informațiilor financiare din diverse țări, facilitând crearea unei imagini fidele a poziției financiare și sporirea încrederii în datele raportate;
- ✓ Acces rapid și mai ușor la piețele internaționale de capital, prin beneficierea de credibilitate din partea investitorilor, sporind șansele de atragere a finanțării externe;
- ✓ Armonizarea practicelor contabile, eliminând asimetria informațiilor prin crearea unui limbaj financiar comun;
- ✓ Reducerea costurilor pentru companiile multinaționale, simplificând raportarea financiară datorită unui set unic de standarde, acceptate în mai multe țări.

Avantajele utilizării IFRS nu sunt doar teoretice, ci au un impact real și măsurabil. Un exemplu concret este prezentat prin intermediul tabelului 2, demonstrând că accesul îmbunătățit la piețele internaționale de capital facilitează nu doar atragerea investitorilor, ci și contribuie la creșterea economică a țărilor care implementează IFRS (Grabarovschi, Lazari, & Lewandovska, 2023).

Tabelul 2. Impactul adoptării IFRS asupra PIB-ului național

Categoria	PIB US \$ (bilioane)	Raportul procentual (%)
PIB-ul celor 168 de țări	104,773	100
PIB-ul țărilor care impun IFRS pentru toate sau majoritatea entităților publice	47,679	45,5
PIB-ul țărilor care impun IFRS pentru unele (dar nu toate sau majoritatea)	429	0,4
PIB-ul țărilor care permit aplicarea IFRS doar pentru anumite entități publice	5,294	5,1
PIB-ul țărilor care nu impun și nu permit IFRS pentru nicio entitate publică	51,37	49,0

Sursa: elaborat de autor în baza datelor publicate de Fundația IFRS (IFRS, 2025)

Informația din tabelul 2 confirmă că statele care adoptă IFRS ca standard de raportare financiară dețin un nivel ridicat al economiei, reflectat printr-un PIB considerabil. Astfel, standardizarea raportărilor financiare nu este doar o cerință tehnică, ci un factor strategic care contribuie la stabilitatea și dezvoltarea durabilă a țării pe plan economic.

Cu toate că adoptarea IFRS oferă multiple beneficii, există și o serie de provocări semnificative care pot constitui obstacole pentru entitățile care implementează aceste standarde. În primul rând, cea mai mare pondere în structura economică în majoritatea țărilor o dețin IMM-urile (întreprinderile mici și mijlocii), constituind peste 90% din totalul întreprinderilor. De aceea, adoptarea acestor standarde poate reprezenta o provocare considerabilă, mai ales pentru această tipologie de entități, care dispun de resurse limitate în comparație cu corporațiile mari, multinaționale. Implementarea acestor standarde presupune costuri semnificative și un grad ridicat de complexitate, ceea ce poate transforma acest proces într-o povară financiară și administrativă pentru multe întreprinderi. Astfel, principalele dificultăți pe care le pot întâmpina entitățile în implementarea IFRS-urilor pot fi:

- Costuri ridicate de implementare, datorate atât investițiilor ulterioare în soft-uri și programe contabile, cât și resurselor necesare pentru instruirea personalului din departamentul contabil și administrativ;
- Complexitatea standardelor internaționale de raportare financiară, care generează angajarea unui personal cu experiență, cunoscând cerințele detaliate privind recunoașterea, evaluarea și prezentarea informațiilor financiare;
- Lipsa uniformității în interpretarea și aplicarea IFRS, interpretarea acestora poate varia de la o țară la alta, din care rezultă incertitudini și dificultăți pentru companii, în lipsa unor reguli clare și a unor exemple practice aplicabile la nivel local.

CONCLUZII

Adoptarea IFRS aduce transparență și comparabilitate în raportarea financiară, facilitând accesul la piețele internaționale. Totuși, implementarea acestora implică costuri ridicate și o adaptare complexă, în special pentru economiile emergente. Succesul aplicării acestora depinde nu doar de cadrul legislativ, ci și de pregătirea profesională, nivelul cultural și ”maturitatea economică” a fiecărei țări. Diferențele în interpretările financiare și educația contabilă pot influența eficiența aplicabilității standardelor. Prin urmare, o adoptare corectă necesită o tranziție treptată, fiecare țară bazându-se pe propriile resurse și capacități, asigurând un echilibru între beneficiile economice și provocările aplicării standardelor internaționale de raportare financiară. Astfel, IFRS nu reprezintă doar un set de norme contabile, ci un instrument de modernizare financiară, care trebuie integrat progresiv și sustenabil.

REFERINȚE:

1. Bajan, M., & Sîrbu, M. (2021). Raportare financiară conform standardelor internaționale și locale. *Culegere de articole științifice. Conferința științifică Internațională ISSC 202, Provocările contabilității în viziunea tinerilor cercetători*, 119-131. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/119-131.pdf.
2. Grabarovschi, L., Lazari, L., & Lewandovska, H. (2023). Particularitățile aplicării IFRS în sistemul național de contabilitate și raportare financiară. *Culegere de lucrări științifice. International Scientific Conference on Accounting- ISCA 2023*, 99-109. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/99-109_13.pdf.
3. Grigori, L. (2012). The IFRS in the Republic of Moldova: advantages of application and implementation. *International Scientific Conference, Polotk, Bielorusia*, 81-84. https://elib.psu.by/bitstream/123456789/20188/1/Grigori%20L_%D1%8181-84.pdf.
4. IFRS. (2025, 03 21). <https://www.ifrs.org/about-us/how-we-set-ifrs-standards/>
5. Legea contabilității și raportării financiare, Lege nr. 287 din 15-12-2017. Publicat în *Monitorul oficial al Republicii Moldova* Nr.1-6 din 05-01-2018, art.22.
6. Standarde Internaționale de Raportare Financiară. Hotărâre privind aplicarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară pe teritoriul Republicii Moldova Nr.238 din 29-02-2008. Publicat în *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* Nr.47-48 din 07-03-2008, art.302.
7. Standarde Naționale de Contabilitate . Ordin cu privire la aprobarea Standardelor Naționale de Contabilitate Nr.118 din 06-08-2013. Publicat în *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* Nr.177-181 din 16-08-2013, art.1224.
8. Воронченко, Т. (2013). Переход России на МСФО: проблемы и пути их решения. *Culegere de lucrări științifice, Conferința Internațională științifică, Contabilitatea și auditul în contextul integrării economice europene: progrese și așteptări*, 19-24. https://caae.ase.md/files/caae/conf/conf_aprilie_2013.pdf.
9. Зубилевич, С. (2013). Проблемы перехода на МСФО в Украине. *Culegere de lucrări științifice, Conferința Științifică Internațională Contabilitatea și auditul în contextul integrării economice europene: progrese și așteptări*, 25-28. https://caae.ase.md/files/caae/conf/conf_aprilie_2013.pdf.

Coordonator științific: GRIGOROI Lilia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 69637806
e-mail: lilia.grigori@ase.md

THE CONTRIBUTION OF INDIVIDUAL INCOME TAX TO THE FORMATION OF PUBLIC FINANCIAL RESOURCES

CONTRIBUȚIA IMPOZITULUI PE VENIT AL PERSOANELOR FIZICE LA FORMAREA RESURSELOR FINANCIARE PUBLICE

SINGUREANU Olga, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: singureanu.olga@ase.md

Abstract: *Personal income tax is an important fiscal instrument, it has distinct roles in generating public revenues and influencing the economic behavior of taxpayers. Professional documents and experience gained within public financial institutions highlight the importance of information extracted from the analysis of the contribution of personal income tax to the formation of public financial resources. In this context, public authorities use a variety of tools, both quantitative in nature, such as econometric models, and qualitative in nature, such as institutional evaluation. Proper understanding and careful analysis of the contribution of personal income tax to the formation of public financial resources are crucial for the formulation of future economic strategies. This topic emphasizes the importance of efficient tax administration. Wagner first defines "fiscal economics" as that part of the economy in which the state collects taxes and duties in order to form public financial resources.*

The tasks of the paper are to analyze the absolute and relative increases in personal income tax during the period and to estimate potential medium and long-term trends regarding the contribution of this tax to the formation of public financial resources. This study will analyze the contribution of personal income tax to the formation of public financial resources, with a focus on the trends observed in the Republic of Moldova for the period 2019-2023.

Key words: *personal income tax, financial resources, fiscal economics, tax administration, contribution*

JEL CLASSIFICATION: G0, H2, H240, H30

INTRODUCERE

Impozitul personal reprezintă un instrument fiscal important, are roluri distincte în generarea veniturilor publice și în influențarea comportamentului economic al contribuabililor. Prin eschivarea de la achitarea impozitelor, fiecare persoană fizică aduce un prejudiciu enorm bugetului public național, o mare problemă în relațiile dintre stat și cetățeni este lipsa încrederii parteneriale (Curjos, 2016). Obiectul investigat în acest studiu este contribuția impozitului pe venit al persoanelor fizice la formarea resurselor financiare publice în Republica Moldova, analizată în perioada 2019-2023.

Desigur, rolul cel mai important al impozitelor constă în acumularea resurselor necesare îndeplinirii funcțiilor și sarcinilor statului. Acest rol este exercitat prin intermediul sistemului bugetar al țării. Resursele financiare publice reprezintă mijloace bănești aflate la dispoziția administrațiilor publice (Moșteanu, 2005). Aceste resurse sunt destinate finanțării cheltuielilor publice, cum ar fi educația, sănătatea, infrastructura sau apărarea, contribuind la funcționarea statului și la creșterea bunăstării generale. Prin colectarea veniturilor fiscale, economia fiscală facilitează redistribuirea resurselor între diferite categorii sociale, reducând inegalitățile economice. Veniturile fiscale se instituie de către stat în virtutea suveranității sale financiare, în calitate de subiect de drept public. Aceste venituri se concretizează în impozitele, taxele și contribuțiile percepute la bugetul public, având caracter obligatoriu și nerestituibil. Ele prezintă prelevări legale din veniturile create de agenții economici și din veniturile populației, inclusiv în legătură cu deținerea de către acești subiecți a unor averi sau proprietăți impozabile (Hîncu, 2005).

Scopul acestei cercetări constă în analiza contribuției impozitului pe venit al persoanelor fizice la formarea resurselor financiare publice, cu accent pe tendințele observate în Republica Moldova pentru perioada 2019-2023.

Baza informațională utilizată în această cercetare include surse de date statistice furnizate de autoritățile fiscale și economice din Republica Moldova, disponibile pe platforme oficiale precum site-ul Serviciului Fiscal de Stat și cel al Ministerului Finanțelor.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

1. Analiza succintă a surselor bibliografice pe baza temei cercetate

După analiza surselor bibliografice utilizate: manuale, articole, resurse electronice publicate, autorul a stabilit sursele veridice de informare. Analiza situației actuale din domeniul impozitării veniturilor persoanelor fizice are o importanță semnificativă, deoarece reprezintă un factor de influență major asupra nivelului economic al țării în perioada respectivă.

2. Descrierea metodelor de cercetare utilizate

În scopul elaborării unei cercetări exacte, s-a studiat literatură științifică, s-au aplicat metodele de analiză cantitativă și calitativă, prin indicatorii de evaluare a nivelului, a dinamicii și analiza statistică a datelor colectate.

Analizând publicațiile științifice, impozitul pe venit reprezintă plata, care se stabilește în sarcina persoanelor fizice sau juridice, în funcție de veniturile acestora pe baza cotelor de impozit prevăzute de lege. Conform prevederilor Codului Fiscal, art 13, impozitul pe venit îl achită persoanele juridice și fizice rezidente ale RM, care desfășoară activitate de întreprinzător, desfășoară servicii profesionale sau cei care practică activitate profesională în domeniul justiției și în domeniul sănătății, care, pe parcursul perioadei fiscale, obțin venit din orice surse aflate în RM, precum și din orice surse aflate în afara Republicii Moldova (Berghe & Bulgac, 2021). Impozitul pe venitul persoanelor fizice se diferențiază în dependență de mărimea venitului și de starea socială a contribuabililor, fiind un instrument fiscal care poate adapta povara fiscală la capacitatea de plată a fiecărei persoane.

3. Rezultatele obținute

Analiza evoluției volumului impozitului pe venit al persoanelor fizice este semnificativă pentru elaborarea strategiilor economice viitoare. De aceea, autorul a examinat și sursele de date statistice privind executarea BPN în perioada anilor 2019 – 2023:

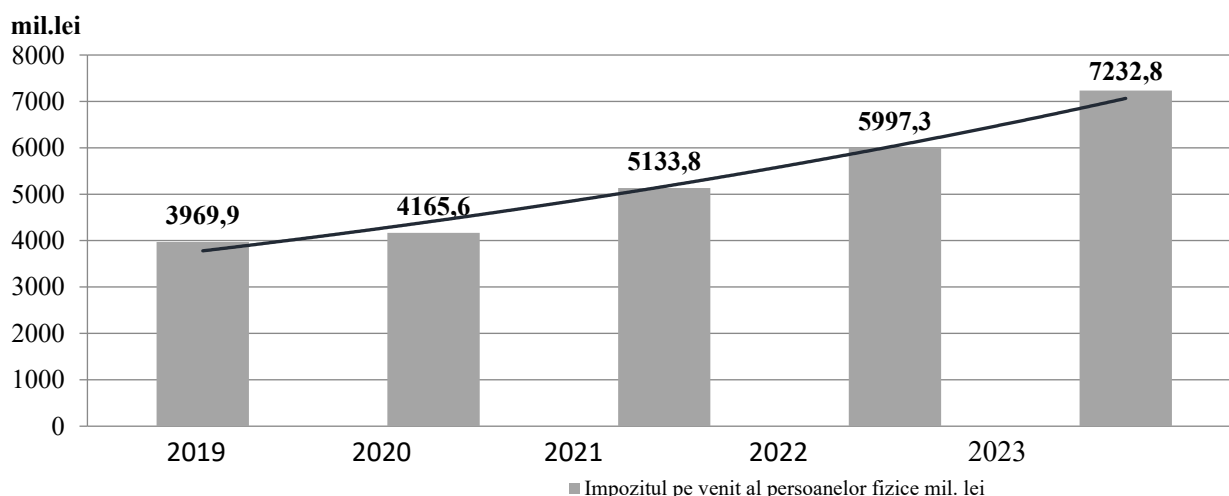


Figura 1. Evoluției volumului impozitului pe venit al persoanelor fizice în Republica Moldova în perioada 2019-2023 (mil.lei)

Sursa: elaborată de autor

Examinând evoluția volumului impozitului pe venit al persoanelor fizice, conform Figurii 1, autorul ajunge la concluzia că impozitul pe venit al persoanelor fizice a avut o creștere constantă din anul 2019 până în 2023. Tendința de creștere continuă a avut un rol semnificativ în consolidarea resurselor financiare publice. Creșterea absolută de 3262,9 mil. lei și cea relativă de 82,19 reflectă o majorare importantă a contribuției acestui impozit la formarea bugetului public național, iar acest trend de ascensiune poate fi explicat prin următorii factori: creșterea bazei impozabile prin venituri mai mari generate de populație, ceea ce a condus la colectarea sporită de impozite, introducerea unor reforme și tehnici fiscale noi.

Tabelul 1. Dinamica volumului impozitului pe venit al persoanelor fizice în Republica Moldova în perioada 2019-2023

Indicatori	2023/2019		2023/2020		2023/2021		2023/2022	
	Absolută, mil.	Relativă, %	Absolută, mil.	Relativă, %	Absolută, mil.	Relativă, %	Absolută, mil.	Relativă, %
Impozitul pe venit al persoanelor fizice mil. lei	3262,9	82,19	3067,2	73,63	2099	40,88	1235,5	20,6

Sursa: elaborat de autor în baza raportelor privind executarea Bugetului Public Național (Ministerul Finanțelor, 2019 – 2023)

Conform datelor prezentate în Tabelul 1, am constatat un dezechilibru în volumul impozitului pe venit al persoanelor fizice în perioada 2019 – 2023. Accentuez o tendință de creștere constantă, însă ritmul acesteia variază de la un an la altul. În raport cu anul 2020, creșterea absolută este de 3067,2 milioane, dar cea relativă de 73,63 %, ceea ce semnifică un adevărat progres economic pe parcursul a trei ani. În anul 2023 față de 2022, creșterea absolută este mai redusă, de doar 1235,5 milioane lei, cu o creștere relativă de 20,6 %, astfel observăm un decalaj redus a volumului. Putem deduce că, în pofida unei încetiniri în anul 2023, există o tendință generală de creștere a volumului impozitului pe venit al persoanelor fizice pe parcursul perioadei analizate.

Totodată, pe lângă utilizarea indicatorilor de dinamică, am introdus și indicatorii de structură asupra volumului de impozite pe venit al persoanelor fizice începând cu anul 2019 până în 2023, pentru aceasta am cercetat evoluția PIB-ului în perioada 2019-2023.

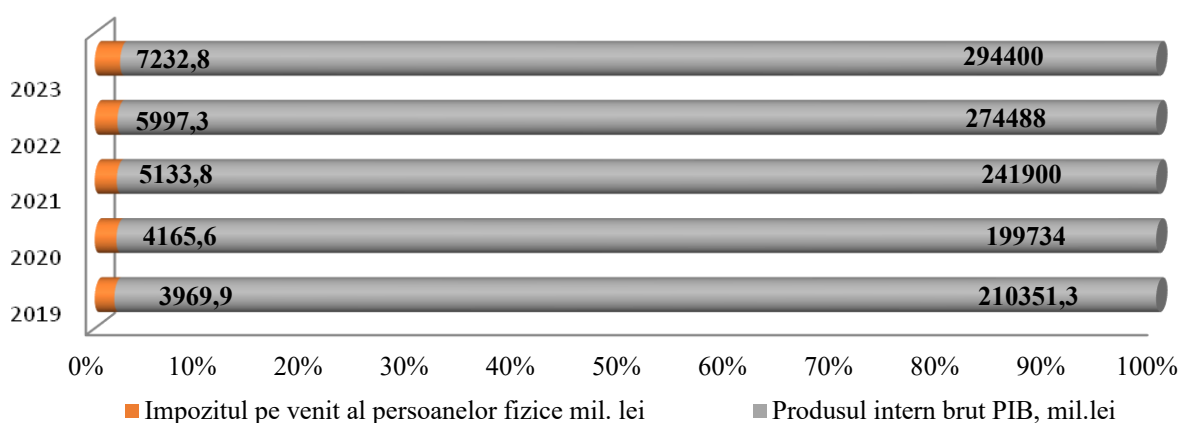


Figura 2. Ponderea impozitului pe venit al persoanelor fizice în PIB, %

Sursa: elaborată de autor în baza rapoartelor privind Produsul Intern Brut (Biroul Național de Statistică, 2019-2023)

Analizând ponderea impozitului pe venit al persoanelor fizice în Produsul Intern Brut (PIB) în perioada 2019-2023, deducem că are loc o creștere semnificativă de la 1,89 % la 2,46 % în acești ani. Această evoluție ne sugerează contribuția mai mare a veniturilor persoanelor fizice la formarea

resurselor financiare publice, prin creșterea salariilor, majorarea bazei impozabile, îmbunătățirea metodelor de evitare a evaziunii fiscale. O pondere mai mare a impozitului pe venit al persoanelor fizice în PIB indică o dependență tot mai mare a bugetului public de veniturile persoanelor fizice. Putem observa influența pandemiei (2020) – scăderea PIB-ului, dar în pofida acestui fapt, ponderea impozitului pe venit a crescut de la 1,89 % la 2,08 %. Diagrama respectivă accentuează importanța majoră a impozitului pe venit în formarea BPN, în special tehnica primordială a lui cuprinde echilibrul macroeconomic: PIB venit (redistribuit) = PIB cheltuieli (consum) afectând redistribuirea veniturilor, nivelul consumului și economisirii, guvernul poate menține sau restabili echilibrul dintre PIB venit și PIB cheltuieli, contribuind la stabilitatea macroeconomică. Abordarea echilibrată bazată pe dezvoltarea economiei prin colectarea eficientă a veniturilor fiscale poate contribui la crearea unui mediu economic favorabil atât pentru angajați, cât și pentru angajatori.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În urma analizei riguroase a informațiilor colectate, autorul a dedus că impozitul pe venit al persoanelor fizice rămâne un pilon important al formării resurselor financiare publice și al consolidării economiei naționale. Analizând contribuția impozitului pe venit al persoanelor fizice la formarea resurselor financiare publice în perioada 2019-2023, putem determina o creștere constantă atât în termeni absoluți, cât și relativi, cu o dinamică pozitivă care subliniază importanța acestui impozit pentru bugetul public. Dacă e să comparăm cu 2020, creșterea absolută este de 3067,2 milioane lei, ceea ce se explică prin revenirea nivelului economic după consecințele pandemiei COVID-19, care a afectat veniturile populației. Volumul impozitului pe venit al persoanelor fizice a crescut semnificativ, contribuind cu 3262,9 milioane lei mai mult în 2023 față de 2019, iar ponderea sa în PIB a evoluat de la 1,89% în 2019 la 2,46% în 2023. Acest trend reflectă o îmbunătățire a colectării impozitelor, o creștere a veniturilor populației și o extindere a bazei de impozitare, demonstrând un nivel ridicat de încredere în capacitatea sistemului fiscal de a susține economia națională. Cu toate acestea, în anul 2023 față de 2022, creșterea absolută este mai redusă, ceea ce s-ar putea explica prin creșterea scutirilor personale, migrarea forței de muncă, creșterea inflației din ultima perioadă, care a influențat atât veniturile reale ale populației, cât și capacitatea statului de a colecta impozite mai mari.

Pe baza acestor rezultate, este esențial ca autoritățile fiscale să continue monitorizarea sporită a tendințelor economice și să adapteze strategiile fiscale pentru a menține stabilitatea financiară și a încuraja o creștere economică sustenabilă, astfel încât să se asigure eficientizarea procesului de formare a resurselor financiare publice.

REFERINȚE:

1. Berghe, N. & Bulgac, C. (2021). *Fiscalitate și administrare fiscală*. Chișinău: ASEM, 2021.
2. Curjos, E. (2016). *Rolul impozitelor și taxelor în activitatea economică a statului* http://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/2023/Conf_UTM_2016_II_pg361_362.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
3. Hîncu, R., Chicu, N., Kuzmina, O., Covali, R., Dandara, M., & Băcioi, L. (2005). *Metode și tehnici fiscale (curs universitar)*. Chișinău: ASEM
4. Hîncu, R. (2005). *Finanțe publice: sinteze, scheme, teste.*, Editura ASEM, Chisinau
5. Fugaru, A. (2020). *Teorii Generale cu privire la impozitare* . <http://www.cide.ro/427-428%20Probleme%20-%20AmaliaFugaru%20-%20Teorii.pdf>.
6. Moșteanu, T.(2005). *Finanțe publice: note de curs și aplicații pentru seminar*.Editura Universitară București
7. Codul Fiscal al Republicii Moldova. (1997). Monitorul Oficial al Republicii Moldova. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=79111&lang=ro.

Coordonator științific: BULGAC Corina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bulgac.corina@ase.md

ENTITY RISK MANAGEMENT: NATIONAL AND INTERNATIONAL METHODS

GESTIONAREA RISCURILOR ENTITĂȚII: METODE NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

HAREA Ruxanda, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: harea.ruxanda@ase.md

Abstract: In an increasingly uncertain economic environment, effective entity risk management is crucial for organizational stability and resilience. Recent challenges, including the COVID-19 crisis, geopolitical instability, and cyber risks, emphasize the need for structured risk management frameworks. This study analyzes and compares risk management methods at national and international levels, focusing on their applicability in the Republic of Moldova. It examines the implementation of global standards such as ISO 31000, COSO ERM, and Basel III in different regulatory contexts. The research employs bibliometric analysis to identify key trends, comparative analysis to assess differences between Moldova, the EU, and the US, case studies to explore best practices, and risk assessment matrices to classify and prioritize risks. Findings reveal that while developed economies leverage structured frameworks and digital tools, Moldova faces governance gaps. Limited adoption of international standards and low use of AI and big data increase financial and operational risks. Aligning with global practices, investing in digital solutions, and strengthening regulations can significantly improve risk resilience and sustainability.

Key words: risk management, financial risks, operational risks, corporate governance

JEL CLASSIFICATION: G32

INTRODUCERE

Într-o lume economică marcată de instabilitate, crize suprapuse și transformări accelerate, gestionarea riscurilor entității nu mai reprezintă doar o opțiune strategică, ci o necesitate fundamentală pentru supraviețuirea și dezvoltarea durabilă a organizațiilor. Evenimente recente, precum criza sanitară provocată de pandemia COVID-19, conflictele geopolitice, ascensiunea amenințărilor cibernetice sau oscilațiile bruște ale piețelor financiare, au demonstrat cât de fragil poate deveni echilibrul operațional al unei entități în lipsa unui sistem solid de prevenire și răspuns la riscuri (World Economic Forum, 2021).

Pe acest fundal complex, prezentul studiu își propune să investigheze modul în care sunt concepute și aplicate metodele de gestionare a riscurilor atât la nivel național, cât și internațional, cu o atenție specială acordată contextului Republicii Moldova. Analiza urmărește să evidențieze diferențele dintre abordările din economiile dezvoltate și cele emergente, dar și să contureze direcții fezabile de reformare și modernizare a cadrului local de management al riscurilor.

Demersul științific își propune să surprindă trăsăturile generale ale cadrului legislativ și metodologic actual, să evidențieze elementele comune și deosebiriile dintre practicile moldovenești și cele internaționale, să evalueze efectele integrării standardelor globale asupra performanței organizaționale, să exploreze potențialul digitalizării în acest domeniu și, în final, să ofere un set de recomandări relevante pentru consolidarea culturii riscului în mediul economic autohton.

Un alt cluster (verde) se concentrează pe riscurile de mediu și sustenabilitate, datorită impactului economic al schimbărilor climatice. Clusterul albastru abordează siguranța în proiecte, managementul resurselor umane și prevenirea accidentelor, fiind esențial în industrii precum construcțiile și situațiile de urgență. De asemenea, un cluster distinct (galben) vizează riscurile în lanțurile de aprovizionare și securitatea informațiilor, subliniind creșterea importanței tehnologiilor digitale și utilizarea AI și big data în analiza riscurilor.

Această analiză bibliometrică confirmă faptul că gestionarea riscurilor este o disciplină multidimensională, cu aplicabilitate în multiple sectoare, de la finanțe și sustenabilitate, până la securitatea cibernetică și managementul proiectelor. Rezultatele evidențiază necesitatea unei abordări integrate în analiza riscurilor, bazată pe metode avansate și standarde internaționale de bune practici.

Rezultatele obținute

Analiza comparativă a metodelor de gestionare a riscurilor utilizate în Republica Moldova și la nivel internațional a evidențiat diferențe semnificative în ceea ce privește cadrul legislativ, aplicarea standardelor internaționale și utilizarea tehnologiilor digitale pentru identificarea și prevenirea riscurilor.

În Republica Moldova, gestionarea riscurilor este reglementată de Legea contabilității și raportării financiare nr. 287/2017 și de reglementările Băncii Naționale a Moldovei privind riscurile financiare în sectorul bancar (Banca Națională a Moldovei, 2022). Cu toate acestea, aplicarea unor cadre internaționale, precum ISO 31000 sau COSO ERM, este voluntară și limitată, ceea ce face ca multe entități să nu beneficieze de un sistem structurat de gestionare a riscurilor (ISO, 2018; COSO, 2017). În comparație, în Uniunea Europeană și SUA, reglementările sunt mai stricte și impun implementarea unor cadre de control al riscurilor în toate sectoarele economice. De exemplu, Sarbanes-Oxley Act din SUA obligă companiile listate la bursă să aibă un sistem robust de gestionare a riscurilor și de control intern (Basel Committee on Banking Supervision, 2017).

La nivel național, standardele internaționale precum ISO 31000 și COSO ERM sunt puțin utilizate, iar majoritatea companiilor nu aplică strategii structurate de gestionare a riscurilor (Bănci-lă et al., 2021). În schimb, în UE și SUA, aceste standarde sunt integrate în procesele de conformitate și audit, fiind obligatorii pentru anumite industrii (AICPA & CIMA, 2022).

Datele analizate arată că întreprinderile care adoptă un sistem structurat de gestionare a riscurilor au o stabilitate financiară mai mare și sunt mai puțin afectate de incertitudinile economice (World Economic Forum, 2021). În Uniunea Europeană, companiile care aplică standardele internaționale de gestionare a riscurilor au raportat o reducere a pierderilor operaționale cu 30%-40% (AICPA & CIMA, 2022). În Republica Moldova, lipsa unui sistem standardizat de gestionare a riscurilor crește vulnerabilitatea economică a companiilor și duce la o expunere mai mare la fluctuațiile pieței (Banca Națională a Moldovei, 2022). Astfel, implementarea unor strategii proactive de identificare și prevenire a riscurilor este esențială pentru asigurarea sustenabilității entităților economice.

În continuare, tabelul 1 prezintă o comparație între metodele de gestionare a riscurilor utilizate în Republica Moldova, Uniunea Europeană și SUA, evidențiind diferențele majore în ceea ce privește reglementările, aplicarea standardelor internaționale, utilizarea tehnologiilor digitale și impactul asupra performanței economice.

Tabelul 1. Compararea metodelor de gestionare a riscurilor între Republica Moldova, UE și SUA

Criteriu	Republica Moldova	Uniunea Europeană	SUA
Cadrul legislativ	Legea contabilității nr. 287/2017; reglementări sectoriale limitate	Reglementări stricte bazate pe ISO 31000 și Basel III	Sarbanes-Oxley Act, COSO ERM, Basel III

Aplicarea standardelor internaționale	Voluntar, utilizare redusă a ISO 31000 și COSO ERM	Obligatorii pentru companiile listate la bursă	Impunerea unor cadre stricte pentru toate sectoarele economice
Utilizarea tehnologiilor digitale	Limitată, AI și big data aproape inexistente	Adoptare extinsă a AI, big data și analiza predictivă	Avans tehnologic ridicat, utilizare extinsă a AI și blockchain
Impactul asupra performanței economice	Expunere ridicată la riscuri economice și financiare	Reducere a pierderilor operaționale cu 30%-40%	Stabilitate financiară și reziliență ridicată la crize economice

Sursa: elaborat de autor în baza AICPA & CIMA, 2022; Basel Committee on Banking Supervision, 2017; Banca Națională a Moldovei, 2022; ISO, 2018; COSO, 2017; Comisia Europeană, 2024

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Gestionarea riscurilor este un element esențial pentru stabilitatea și dezvoltarea entităților economice, influențând direct capacitatea acestora de a face față incertitudinilor financiare, operaționale și strategice. Studiul a evidențiat faptul că Republica Moldova întâmpină dificultăți în implementarea unui sistem unificat de gestionare a riscurilor, din cauza lipsei unui cadru legislativ consolidat și a utilizării limitate a standardelor internaționale. Pentru a îmbunătăți gestionarea riscurilor, este necesară adoptarea unor reglementări mai clare și alinierea acestora la standardele internaționale, precum ISO 31000 și COSO ERM. Digitalizarea proceselor de management al riscurilor prin utilizarea inteligenței artificiale și a analizei big data poate contribui la creșterea eficienței în identificarea și prevenirea riscurilor. Totodată, formarea profesională a personalului și dezvoltarea unor mecanisme de raportare transparentă ar facilita o mai bună gestionare a riscurilor și ar spori încrederea în mediul economic.

REFERINȚE:

1. AICPA & CIMA. (2022). *Global State of Enterprise Risk Oversight (5th Edition)*. North Carolina State University. <https://www.aicpa.org/resources/report/global-state-of-enterprise-risk-oversight-5th-edition>.
2. Banca Națională a Moldovei. (2022). *Raport anual privind riscurile financiare și stabilitatea sectorului bancar din Republica Moldova*. <https://bnm.md>.
3. Băncilă, V., Botnari, M., & Leorda, T. (2021). Experiența internațională privind gestiunea riscurilor și posibilitatea utilizării acesteia în Republica Moldova. *Economica*, 3(21), 47-63.
4. Basel Committee on Banking Supervision. (2017). *Basel III: Finalising post-crisis reforms. Bank for International Settlements*. <https://www.bis.org/bcbs/publ/d424.htm>.
5. Comisia Europeană. (2024). *Republic of Moldova: Analytic Report on Risk Management Practices*. <https://ec.europa.eu>.
6. COSO. (2017). *Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*. <https://www.coso.org>.
7. Fondul Monetar Internațional. (2022). *Republic of Moldova: Selected Issues (Raport FMI nr. 22/61)*. <https://www.imf.org>.
8. ISO. (2018). *ISO 31000:2018 – Risk Management Guidelines. International Organization for Standardization*. <https://www.iso.org/standard/65694.html>.
9. PwC. (2022). *2022 Global Risk Survey: Emerging Trends in Risk Management*. <https://www.pwc.com/gx/en/services/governance-risk-compliance/global-risk-survey-2022.html>.
10. World Economic Forum. (2021). *Global Risks Report 2021*. <https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2021>.

Coordonator științific: BĂNCILĂ Natalia, dr. hab., prof. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bancila.natalia@ase.md

CONTRIBUTION OF LEGAL PERSONS' INCOME TAX TO THE FORMATION OF PUBLIC FINANCIAL RESOURCES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

CONTRIBUȚIA IMPOZITULUI PE VENIT AL PERSOANELOR JURIDICE LA FORMAREA RESURSELOR FINANCIARE PUBLICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

URSU Ionuț, student, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: ursu.ionut@ase.md

Abstract: *This research analyzes the contribution of income tax to the formation of public financial resources in the Republic of Moldova in 2020-2024, highlighting the trends and factors that influenced its evolution. The topicality of the topic lies in the efforts of the Republic of Moldova to align with European standards. The study's main purpose is to determine the efficiency of collecting this tax and its impact on the public budget, using a comparative approach with international standards. The methodology used includes statistical analysis, graphical methods for highlighting the dynamics of tax revenues, as well as econometric models for measuring the elasticity of income tax revenues to GDP. The results indicate a significant increase in income tax revenues by 76.94% in the last 5 years, influenced by inflation, the increase in the number of enterprises, and the efficiency of tax collection. However, in the period 2023-2024, a decrease in revenues from this tax was noted, despite the increase in GDP, suggesting possible fiscal inefficiency.*

Keywords: *corporate income tax, inflation, GDP, tax revenues*

JEL CLASSIFICATION: H27, H29, H32, E31

INTRODUCERE

Funcția de bază a finanțelor publice reflectă capacitatea acestora de a mijloci repartizarea produsului național, pentru crearea condițiilor necesare producerii, circulației și consumului acestuia, asigurând astfel distribuția și redistribuirea în formă bănească a unei mari părți din acest produs. (Casian & Baurciulu, 2017). Pentru ca un stat să poată satisface nevoile colective ale populației, acesta are nevoie în primul rând de venituri, fie ele mobilizate de la persoane fizice și juridice, fie din împrumuturi externe sub formă de credite, granturi. În această lucrare, va fi abordat impozitul pe venit al persoanelor juridice, și impactul său în formarea veniturilor statului. În acest context, importanța lucrării oferă o perspectivă asupra modului în care politicile fiscale influențează atât dezvoltarea economică, cât și bunăstarea colectivă. Obiectivele lucrării sunt de a determina eficacitatea colectării acestui impozit și de a analiza factorii ce determină evoluția acestui impozit.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

1. Analiză succintă a surselor bibliografice în domeniul problemei cercetate.

Autorii Casian A. și Baurciulu în lucrarea „Finanțe publice” prezintă o abordare teoretică a finanțelor publice, subliniind funcția redistributivă și de stabilizare economică a impozitelor. Alți doi cercetători din Republica Moldova, Petroia A. și Adachi I. abordează impozitul pe venit al persoanelor juridice dintr-o dublă perspectivă: pe de o parte, ca o necesitate economică pentru finanțarea cheltuielilor publice, iar pe de altă parte, ca un instrument de educație fiscală. Datele oferite de Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OECD) oferă informații utile pentru a compara Republica Moldova cu alte state.

2. Descrierea metodelor de cercetare utilizate.

Abordarea grafică, prin reprezentarea datelor și a relațiilor dintre variabile cu ajutorul diagramelor și tabelelor, a fost esențială pentru vizualizarea informațiilor. Pentru analiza cantitativă a indicatorilor, s-au utilizat modele matematice, element fundamental al metodologiei de cercetare. În plus, cercetarea a integrat o analiză comparativă a altor studii relevante din domeniu. Observarea evoluției proceselor socio-economice în timp a permis evidențierea tendințelor și prognoza unor fenomene, prin utilizarea unor modele logice.

3. Rezultatele obținute

Pentru a evidenția contribuția impozitului pe venit al persoanelor juridice (la moment cota aplicată în RM este de 12%), în acumularea impozitelor fiscale, o analiză exhaustivă ar fi calcularea ponderii în totalul impozitelor și taxelor. Astfel se oferă o viziune asupra capacității statului de a obține resurse bănești printr-o politică fiscală corespunzătoare.

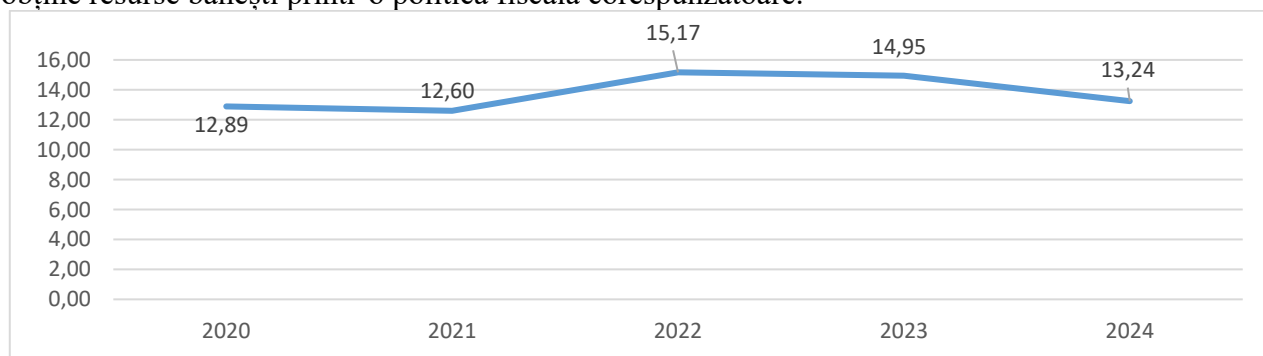


Figura 1. Pondere volumului impozitelor pe venitul persoanelor juridice în totalul veniturilor fiscale în anii 2019-2023, %

Sursa: elaborat de autor în baza <https://www.mf.gov.md/>

Ponderea volumului impozitelor pe venitul persoanelor juridice în totalul veniturilor fiscale, pe parcursul a celor 5 ani a crescut cu 0,35 %. Acest indicator de dinamică nu reflectă decât sporirea importanței acestui impozit cu 0,35 %. Ponderea poate să rămână constantă, dar toate tipurile de venituri să crească cu sute de procente. Conform OECD, țările care fac parte din această familie au o medie a ponderii impozitului pe venit obținut de la entități de 11,8%, în 2022 (Cecilia, P., Weigel, D. B., 2024). În Republica Moldova ponderea deviază puțin peste medie, ceea ce ar reprezenta un indicator cheie în vederea integrării Moldovei în OECD și un indiciu că politica fiscală funcționează la standarde internaționale. Menținerea unei cote ne-nule a impozitului pe venit al persoanelor juridice este absolut necesară pentru economia Republicii Moldova. Mărimea acestuia nu trebuie să fie nici mică, nici mare, ci una pur simbolică, dar însăși existența lui generează dezvoltarea unei culturi și responsabilității fiscale ale întreprinzătorului, extrem de importante pentru societatea contemporană. (Petroia & Agachi, 2011, p. 114) Pentru a maximiza eficiența colectării acestui impozit este necesar de a determina tendința volumului acestui indicator.

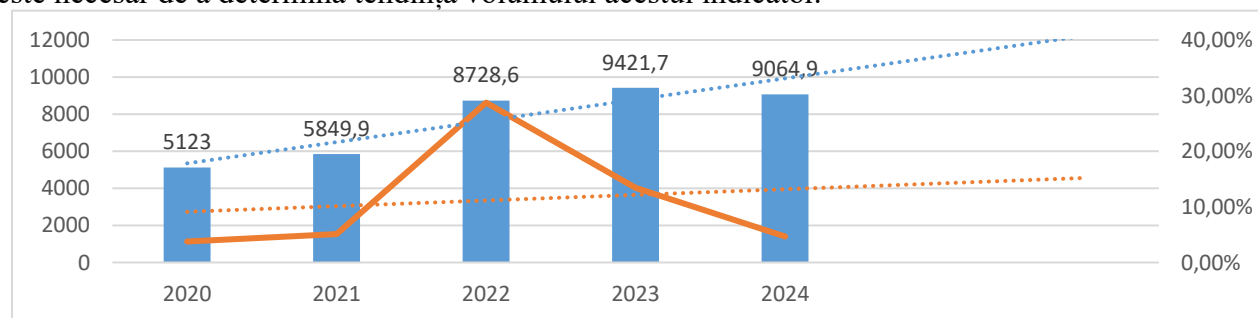


Figura 2. Veniturile din impozitul pe venit persoanelor juridice în 2020-2024 și tendința pe perioada 2025-2027 (axa stângă), mil lei, și rata inflației (axa dreaptă), %

Sursa: elaborat de autor în baza <https://www.mf.gov.md/> și <https://statistica.gov.md/>

În ultimii 5 ani, se înregistrează o creștere de 3941.9 milioane lei sau 76,94%, fapt ce demonstrează eficiența colectării impozitului de organele fiscale, creșterea venitului persoanelor juridice, creșterea numărului de întreprinderi, creșterea ratei inflației etc. Cauza principală pentru creșterea veniturilor cu 49%, în 2022, a fost rata inflației, care a ajuns la aproape 29%. Până în 2027 se preconizează ca veniturile să reprezinte cca. 12 000 milioane lei, impulsionate și de o rată a inflației de 15%. Nu există, deci, o creștere reală a veniturilor, care ar pune în joc o mulțime de alți factori ce influențează valoarea absolută a acestora.

În contextul actual al economiei Republicii Moldova, se preconizează că volumul veniturilor la bugetul de stat ar putea atinge aproximativ 12 miliarde de lei până în anul 2027, cu condiția ca autoritățile să întreprindă măsurile necesare pentru a remedia birocrația excesivă, corupția endemică și instabilitatea sistemului politic. Aceste reforme structurale sunt esențiale pentru crearea unui mediu economic mai favorabil, care să stimuleze investițiile și să îmbunătățească competitivitatea economiei naționale. Totuși, potențialul de creștere al veniturilor este semnificativ restrâns și de factori externi, în special de situația geopolitică tensionată de la hotarele țării. Mulți investitori internaționali percep Republica Moldova ca fiind la un nivel de risc mai ridicat, fapt care influențează negativ atractivitatea investițiilor străine și, implicit, capacitatea de a genera venituri suplimentare pentru stat.

În plus, economia națională se caracterizează printr-un nivel redus de exporturi, iar balanța de plăți externe se înregistrează în mod constant cu valori negative, de ordinul a câteva miliarde de dolari, ceea ce limitează potențialul de creștere a veniturilor fiscale.

Un alt factor determinant este exodul populației, fenomen care afectează direct baza impozabilă. Cetățenii Republicii Moldova, fiind în mare parte consumatori principali ai produselor și serviciilor oferite de persoanele juridice, joacă un rol crucial în susținerea veniturilor la nivel macroeconomic. O scădere semnificativă a numărului acestora ar conduce la o reducere a cererii interne, afectând astfel cifra de afaceri a companiilor și implicit baza impozabilă din care se generează veniturile la stat. În acest context, remitențele reprezintă unul dintre puținii piloni ai economiei moldovenești, aducând plus valoare prin majorarea veniturilor populației. Aceste transferuri de bani, provenind din diaspora, contribuie nu doar la îmbunătățirea nivelului de trai al cetățenilor, dar și la susținerea consumului intern și, prin urmare, a veniturilor persoanelor juridice din țară.

Un indicator ce caracterizează eficiența fiscală ar fi elasticitatea veniturilor din impozitul pe venit față de PIB. Aceasta măsoară cât de sensibil este impozitul pe venit al persoanelor juridice la modificările produsului intern brut.

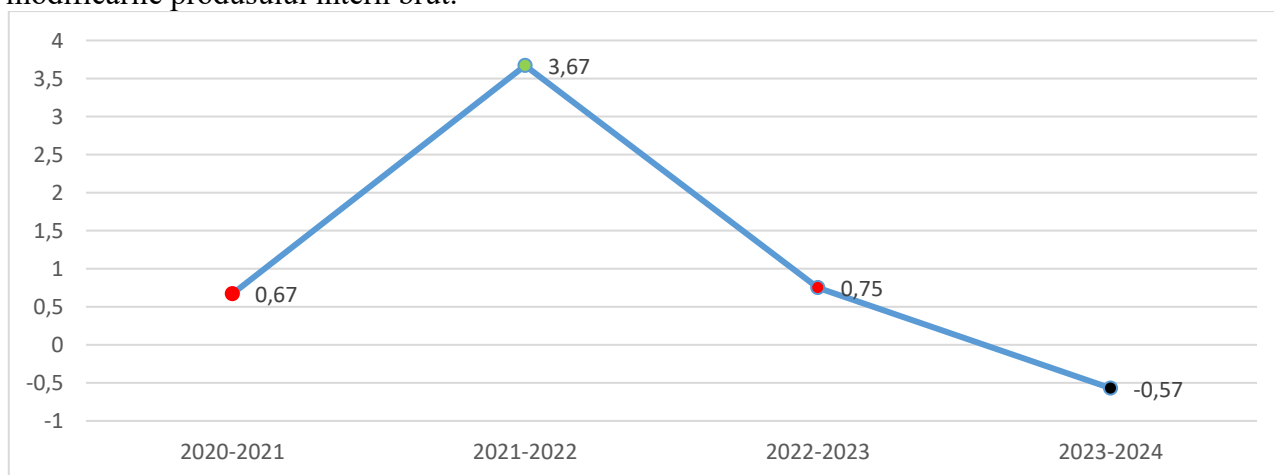


Figura 3. Elasticitatea veniturilor din impozitul pe venitul persoanelor juridice față de PIB, pentru perioada 2020-2024

Sursa: elaborat de autor în baza <https://www.mf.gov.md/> și <https://statistica.gov.md/>

Caracterizarea elasticității în funcție de valoarea sa este descrisă în felul următor:

- $E > 1$: Veniturile din impozitul pe venit cresc mai rapid decât PIB-ul (eficiență fiscală ridicată).

- $0 < E < 1$: Veniturile din impozitul pe venit cresc mai lent decât PIB-ul (eficiență fiscală scăzută).
- $E < 0$:
 - a) O creștere a PIB-ului este asociată cu o scădere a veniturilor din impozitul pe venit (cea mai ineficientă colectare a impozitelor posibilă).
 - b) O scădere a PIB-ului este asociată cu o creștere a veniturilor din impozitul pe venit. (cea mai eficientă colectare a impozitelor posibilă)

În perioadele 2020-2021 și 2022-2023, elasticitatea având valori $0 < E < 1$, se remarcă faptul că PIB-ul crește mai repede decât cresc veniturile din impozit, ceea ce denotă faptul că nu se colectează impozitele la capacitatea maximă. Pe perioada 2021-2022 elasticitatea depășește valoarea unitară, ca urmare unei colectări eficiente a impozitului, creșterea veniturilor fiind mai mare decât creșterea PIB-ului, în valori relative. În ultima perioadă 2023-2024, PIB-ul continuă să crească, iar veniturile din impozitul pe venit scad. Acest fenomen creionează o ineficiență în colectarea impozitului și o necesitate de a remedia situația.

CONCLUZII

În ultimii 5 ani, veniturile din impozitul pe venit al persoanelor juridice a crescut considerabil, cu aproximativ 77%, iar ponderea în totalul veniturilor fiscale fluctuează ușor, înregistrând o valoare medie de 13,77%. Elasticitatea veniturilor din impozitul respectiv față de PIB nu definește o anumită legitate în timp, ci mai degrabă ia valori aleatorii, caracterizând o ineficiență în procesele de colectare a impozitului. Volumul veniturilor se preconizează a fi în 2027 de 12 miliarde lei aproximativ, dacă Republica Moldova va întreprinde măsuri necesare de a remedia birocrăția, corupția și sistemul politic instabil. Exodul populației reprezintă un factor ce ar influența negativ asupra veniturilor. Cetățenii Republicii Moldova fiind în mare proporție consumatori produselor și serviciilor persoanelor juridice, odată ce numărul acestora va scădea mai mult, va scădea astfel și baza impozabilă. Remitențele rămân unicii piloni ai economiei Republicii Moldovei ce aduc plus valoare consumatorilor prin majorarea veniturilor, care la rândul lor se răsfrânge și la majorarea veniturilor persoanelor juridice din țară.

REFERINȚE:

1. Biroul Național de Statistică. (n.d.). www.statistica.gov.md
2. Casian, A. & Baurciulu, A. (2017). *Finanțe Publice*. ASEM.
3. Cecilia, P. & Weigel, D. B. (2024). *Sources of Government Revenue in the OECD*. <https://taxfoundation.org/data/all/global/oecd-tax-revenue-by-country-2024/>
4. Ministerul Finanțelor. (n.d.). www.mf.gov.md
5. Petroia, A. & Adachi, I. (2011). Impozitul pe venit al persoanelor juridice – între necesitate și instrument de educație fiscal. *ECONOMICA*, 2(76), 2011

Coordonator științific: BULGAC Corina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bulgac.corina@ase.md

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CAPITAL STRUCTURE ON ENTERPRISE VALUE

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА НА СТОИМОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ /

GAMART Daniela, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: gamartld@ase.md

Abstract: *The optimal capital structure is crucial in determining a company's value, as it reflects the balance between equity and debt. These ratios and indicators directly influence the company's ability to remain solvent in challenging conditions, as well as its capacity to attract investment.*

Key words: *Capital structure, company value, market value, debt, equity ratio, weighted average cost of capital (WACC), equity, return on equity (ROE)*

JEL CLASSIFICATION: G30, G32

ВВЕДЕНИЕ

В зависимости от того, какую внутреннюю политику ведёт предприятие – полагается в большей степени на собственные вложения или же ориентируется на внешнее финансирование для увеличения производственного оборота – её рыночная стоимость подпадает под прямое влияние выбранной стратегии ведения дела. Оптимальное соотношение средств в структуре капитала не только защищает от возможных рисков, делая его более устойчивым к колебаниям на рынке, но и повышает как доходность бизнеса, так и доверие со стороны потенциальных инвесторов.

Рассматривая соотношение собственных средств к заёмным, нет единого мнения, какое именно значение оно должно принимать. Многое зависит от отрасли, в которой фирма ведёт свою деятельность; от того, малое ли это предприятие, только начинающее показывать себя на рынке, или же давно устоявшийся бренд. Высокорисковые отрасли очевидно предполагают большую долю собственного капитала для поддержания безопасности и минимизации шанса банкротства. Исходя из этого, под «оптимальным» соотношением средств в структуре капитала будет рассматриваться положение, при котором рыночная цена предприятия достигает своего максимума, а её капитал противоположно тому имеет минимальное значение.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Коэффициенты структуры капитала

Как и в любой сфере человеческих взаимоотношений, рынок строится на доверии. Доверие к предприятию формируется за счёт его репутации и непосредственно того, находится ли оно в стабильном положении – его показатели находятся в пределах нормы, фирма из года в год увеличивает свои обороты, стремится к увеличению доходности, и ведёт безопасную кредитную политику. Немаловажным свидетельством последнего будет служить коэффициент автономии, отражающий долю собственного капитала в общей структуре финансирования компании. Чем выше его значение, тем более независима компания. Как

итог – более стабильна и вызывает большее доверие у вкладчиков, предоставляющих на долгосрочной основе свои средства.

С одной стороны, использование в большей степени собственного капитала характеризует долгосрочную финансовую устойчивость. Тут стоит заметить, что обычно собственный капитал обходится дороже, чем заёмный, из-за более высокого уровня риска, который несут сами акционеры. Чем выше стоимость капитала, тем больше риск, связанный с его вложением. Отказ от заёмных средств может характеризоваться некой ограниченностью предприятия своего потенциала и исключает возможность достижения более высоких показателей прибыли. Однако, в случае высокого кредитного рейтинга, заёмный капитал может стать более затратным, поскольку кредиторы стремятся к более высокой доходности на рискованных рынках. (Дробышев, 2024)

Для расчета влияния структуры капитала на безопасность деятельности компании можно использовать следующую формулу:

$$K_{авт} = \frac{\text{Собственный капитал}}{\Sigma \text{Пассивы}}$$

Для анализа было выбрано предприятие «EXFACTOR-GRUP» S.R.L, одно из ведущих в строительном секторе Республики Молдова. Существует несколько уровней автономии предприятия: критический, низкий, средний и высокий. Поскольку максимально возможное значение коэффициента – 1, то для определения границ уровней экономической безопасности использовался равный интервал с шагом в 0,25. (Яниогло, 2018)

Исходя из Финансовой отчетности за 2023 год (Депозитарий финансовой отчетности, 2023), подставим в формулу необходимые данные. Коэффициент автономии будет равен 0,2896. Полученный показатель можно характеризовать низким уровнем автономии. Это связано с преобладающим процентом заёмных средств в структуре капитала (71%). Так же это означает, что на 1 лей собственного капитала компании приходится примерно 3,45 лея заёмного капитала – коэффициент финансового рычага. Эффект финансового рычага может увеличить рентабельность собственного капитала (ROE), о нём мы поговорим далее, но в период спада дохода повышается риск неплатёжеспособности.

0,76 - 1	высокий
0,51 – 0,75	средний
0,26 – 0,50	низкий
0 – 0,25	критический

2. Средневзвешенная стоимость капитала (WACC)

Прямым отражением зависимости структуры капитала над стоимостью предприятия является показатель средневзвешенной стоимости капитала. Привлекая средства из разных источников, финансовые менеджеры стараются оптимизировать структуру этих средств, таким образом, чтобы уменьшить средневзвешенную стоимость капитала. (Златовчена, 2014) Чем она ниже, тем выше рыночная оценка фирмы. Именно на основании данного значения будет целесообразнее всего принимать какие-либо стратегические решения по привлечению дополнительного внешнего финансирования или же наоборот – для отдачи предпочтения личным вкладам акционеров.

Беря во внимание те же данные из Финансового отчёта объекта исследования, были произведены следующие расчёты за период 2020-2023 гг. (см. Таблица 1).

$$WACC = \frac{E}{E + D} * R_E + \frac{D}{E + D} * R_D * (1 - T)$$

(где: E – собственный капитал, D – заёмный капитал, Re – стоимость собственного капитала, Rd – стоимость заёмного капитала, T – налоговая ставка)

Таблица 1. Расчёт средневзвешенной стоимости капитала за период 2020-2023 гг.

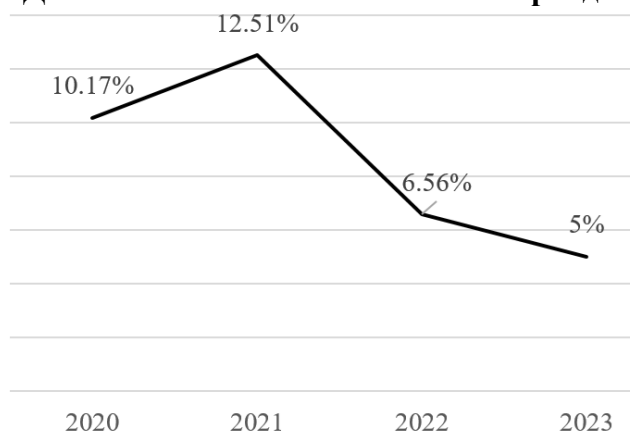
Показатели	2020	2021	2022	2023
1. Чистая прибыль	142,968,129	347,941,262	140,832,834	183,854,845
Собственный капитал	647,691,226	953,079,297	1,093,645,060	1,276,276,501
Стоимость собственного капитала (знач. ROE)	22.07%	36.51%	12.88%	14.41%
Вес собственного капитала	39%	33%	31%	29%
2. Проценты к уплате	28,553,149	20,153,171	99,345,358	41,567,325
Заёмный капитал	1,003,819,880	1,968,443,333	2,384,695,340	3,130,409,437
Стоимость заёмного капитала	2.84%	1.02%	4.17%	1.33%
Вес заёмного капитала	61%	67%	69%	71%
Подходный налог с юр.лиц	12%	12%	12%	12%
Средневзвешенная стоимость капитала	10.1782%	12.5166%	6.5622%	5.0023%

Источник: разработано автором

Стоимость собственного капитала принимается за коэффициент ROE, так как этот показатель отражает доходность собственного капитала компании. Если ROE стабилен и близок к среднерыночным требованиям инвесторов, его можно использовать в данных целях.

Исходя из таблицы 2, видно снижение показателя WACC с 10,18% до 5%, что связано с колебаниями процентных ставок (значения «проценты к уплате») и общим удешевлением заёмного капитала на данный период. Так же заметно увеличение доли стороннего финансирования (с 61% до 71%). Показатель WACC зачастую тесно связан со степенью рискованности сектора. Так, в случае, завышенных значений (12–20%) скорее всего речь пойдёт о стартапах – ненадежной, но весьма доходной при всех оправданных рисках деятельности. Полученный результат (<6%) в 2023 году вполне типичен для крупных и стабильных компаний.

Таблица 2. Динамика показателя WACC за период 2020-2023 гг.



Источник: разработано автором

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Нахождение оптимальной структуры капитала – базовая необходимость предприятия для достижения как финансовой стабильности, так и для достижения максимальной рыночной стоимости. Постоянная адаптация к изменениям экономической обстановки, пересмотр внутренней политики и ведение отчётности будет способствовать нормальным показателям коэффициентов автономии и финансового рычага, снижению показателя WACC.

Финансовые менеджеры, привлекая капитал из различных источников, стремятся оптимизировать его структуру с целью снижения средневзвешенной стоимости. Для её уменьшения могут применяться такие методы, как сокращение или временный отказ от выплаты дивидендов, увеличение кредиторской задолженности при соблюдении баланса

ликвидности, а также привлечение льготного кредитования для финансирования приоритетных инвестиционных проектов. В результате этот показатель становится важным дополнением к инструментам управления оборотными средствами, позволяя повысить эффективность финансовой политики компании.

Предполагается, что оценка соотношения собственного капитала к заёмному первостепенно имеет значение для выявления объёма средств, необходимых для обеспечения потребностей ведения успешной хозяйственной деятельности. Для этого, рассматривая отдельные случаи и конкретные компании, стоит ориентироваться на их специфику функционирования, стадию и динамику развития.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Дробышев, И. Р. (2024). Влияние структуры капитала на стоимость бизнеса: анализ рынка систем безопасности в России. *Вестник евразийской науки*. 16 (4).
2. Златовчена, И. (2018). *Оценка средневзвешенной стоимости капитала винодельческих предприятий Южного региона Республики Молдова и пути ее уменьшения*.
3. Яниогло, А. (2018). Методика определения уровня экономической безопасности предприятия. *Conferința științifică internațională / Asigurarea viabilității economico-manageriale pentru dezvoltarea durabilă a economiei regionale în condițiile integrării în UE*
4. Depozitarul public al situațiilor. (n.d.). <https://depozitar.statistica.md>

Coordonator științific: SUVOROVA Iulia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: (022) 40-27-72
e-mail: suvorova.iulia@ase.md

CURRENCY VOLATILITY ANALYSIS USING FAMA REGRESSION

UTILIZAREA REGRESIEI FAMA ÎN ANALIZA VOLATILITĂȚII VALUTARE

CASIAN Cătălin, student, specialitatea: Econometrics & Operations Research

Maastricht University, Olanda,

Maastricht, Department of Quantitative Economics

e-mail autor: c.casian@student.maastrichtuniversity.nl

Abstract: Destul de mulți actori ai pieței valutare își explică raționamentul investiției pe piața valutară și așteptările față de câștigurile viitoare prin diferența dintre sistematică a ratelor de schimb forward față de ratele spot viitoare. Însă, în urma analizei acestui raționament, bazat pe urmărirea volatilității pieței valutare, se poate constata o anomalie care poate fi observată în mod repetat pentru zeci de valute, perioade de timp și modele de estimare diferite. Anomalia poartă denumirea de „enigma primei forward”, care constă în faptul că, conform multor studii, deprecierea este asociată pozitiv cu prima forward, nu cu o reducere. În acest articol ne propunem să analizăm această anomalie pe un șir de patru valute (AUD, HKD, EUR, JPY) în raport cu USD ca referință. Vom calcula randamentul spot lunar și seria de prime forward pentru respectivele valute, ceea ce ne permite să analizăm mișcările valutare istorice și așteptate. Acest lucru ne permite să creăm o analiză detaliată a regresiei Fama, care subliniază prezența constatării empirice - cunoscută sub numele de anomalie a primei forward.

Cuvinte cheie: Piață valutară Anomalie forward, Regresia Fama

JEL CLASSIFICATION: C40

INTRODUCTION

The purpose of this report is to provide a comprehensive analysis of currency exchange rates beginning with an initial comparison of the four currencies (AUD, HKD, EUR, JPY) relative to the USD as the benchmark. Moving on with our analysis, we calculate the monthly spot return and the forward premium series of the respective currencies which enables us to analyse the historical and expected currency movements. This allows us to create a detailed analysis of the Fama regression which emphasises the presence of the empirical finding - known as the forward premium anomaly. The report concludes with the comparison of our previously denoted results (USD) against our new findings that derive from having GBP as the benchmark currency.

CORE CONTENT

The forward premium puzzle is a traditional problem in international economics and finance; as such, it has attracted the attention of dozens of researchers during the last four decades. Yet still no clear-cut consensus emerges on whether the puzzle really exists or whether it represents a statistical artifact, how large the departure from the null hypothesis is, and how material the implications are in practice. Important prospective solutions to the forward premium puzzle put forward in the last decade include infrequent portfolio decisions (Bacchetta & van Wincoop, 2010), investor overconfidence (Burnside et al., 2011), omitted variables (Pippenger, 2011), sentiment (Yu, 2013), sovereign default risk (Coudert & Mignon, 2013), order flow (Breedon et al., 2016), and inflation targeting (Coulibaly & Kempf, 2019), a string of efforts that highlights persistent research activity in the field. What the literature lacks is a quantitative synthesis, or meta-analysis, that would take stock of the enormous body of work and shed light on potential biases and patterns that are impossible to detect in individual studies considered separately.

In order to run the Fama regression for all four currencies against the USD we have to analyse the previous data in order to find the values that are to be regressed. It is important to men-

tion here that the model is an autoregressive one, to be more precise, the output variable is linearly dependent on its own previous values. That is, $\Delta s_t = s_t - s_{t-1}$, where s_t is the monthly spot rate at time t and s_{t-1} is the monthly spot rate at time $t-1$. In simpler terms, the regression describes the fluctuations and the overall changes in the future values by referring to the past values of the same variable.

It is obvious to assume that future values will be affected by past values, however in this analysis we are going to prove that that is not true and that a new term called the “forward premium anomaly” or “The Fama puzzle” is observed. As described by (Zigraiova et al., 2020) the forward premium anomaly is the tendency of the forward rate to overestimate changes in the spot rates.

To begin with, the formula that represents the regression that was done on all four currencies (AUD, HKD, EUR, JPY) is the following:

$$\Delta s_t = \alpha + \beta(f_{t-1} - s_{t-1}) + \varepsilon_t \quad (1)$$

Here α is the y-intercept, β is the slope of the independent variable, and ε_t is the error term of the regression that accounts for small deviations during the computation. The independent variable consists of the difference between the forward rate at time $t-1$ and the spot rate at time $t-1$, these values were calculated in points A and B.

Comparing Regression Analysis Results with Zigraiova et al. (2020) on Currency Exchange Rates and Interest Rate Parity, we can conclude that our results following the analysis of the regressions is that, on the contrary of what Zigraiova et al. (2020) mentioned in their research “Yet the exact results in the literature vary, and null hypothesis not rejected universally”, our results for the p-values suggest a rejection of the null hypothesis only for the Hong Kong Dollar (HKD) and not for the Australian Dollar, Euro and Japanese Yen. Of course the quote mentions that the results may vary so we have, in the latter currencies, an acceptance of the null hypothesis.

For the coefficient β our results are in line with the paper because following different analyses of the variables, researchers often “find a statistically significant negative coefficient” (Zigraiova et al., 2020). The results of the previously presented regressions are in line with the uncovered interest parity, as the highest nominal interest rate (5,75%) is seen in Hong Kong (HKD) and Zigraiova et al. (2020) mention that “If the covered interest parity holds, this result is equivalent to the finding that currencies with higher interest rates tend to appreciate” as we observed that the regression that was done on the HKD was the most significant one, showing a more clear negative relationship between the variables.

The mean of the variables calculated are both negative and positive but all of them are very close to zero which made some questions arise about the standard deviation and the accuracy of the values in the descriptive statistics table as well as in the regression. However, we can see from Zigraiova et al. (2020) that the values of the mean are universally known to be similar to what we got in our analysis: “The most precise estimates are around zero or mildly positive, but many imprecise positive estimates seem to be missing from the literature”.

Hence, our conclusions on several variables that play a pivotal role in the analysis are in line with the paper and thus in line with the times as the authors mentioned that the estimates for the coefficient β vary over time “the β estimates from the differences regression exhibit a tendency to increase over time, starting with values around -1 in the 1980’s and approaching values close to 0 at the end of the 2010’s”.

Table 1. Interpreting Z-Statistics and Their Implications on the Bias

Z	AUD	HKD	EUR	JPY
	-2,05934	-9,61416	-1,96306	-0,42396

$$z = \frac{\hat{\beta} - 1}{s.d.(\hat{\beta})}$$

Source: developed by the author

Where $\hat{\beta}$ is the slope coefficient that was computed in every regression for each currency and the standard deviation of $\hat{\beta}$ was taken out of the ANOVA (Figure 1) in every regression. This value is found under the “standard error” column in the said table.

One can observe that the z values that have been computed represent a certain percentage in Table 1. For instance, the z-value for the AUD, which is -2,05 represents 0,0202 or 2,02%. To elaborate on that, it means that the data our data set is 2,05 standard deviations below the mean and if you were to select a value from a standard normal distribution, there is about a 0,64% chance that the value you select is lower than or equal to -2,05. This shows a so-called “extreme tail event” as the distribution will be heavy-tailed because the value is far away from the mean.



Figure 1. The estimates for AUD, HKD, EUR, JPY using the ANOVA

Source: developed by the author

The same will be true for the other values of the z statistic for HKG (-9,61), EUR (-1,96 or 2,50%). However, for the z-value of JPY we observe something different, the value is the smallest one out of all of them (-0,42) which means, by consulting the z table above, that it represents the value 0,3372 or 33,72% expressed as a percentage which is more comfortable when analysing the variables with respect to the normal distribution. To put that into context, a z-value of -0,42 suggests that the data point in question is not very different from the mean, it's only 0.42 standard deviations below the mean. This indicates that the data point is closer to the centre of the distribution and doesn't deviate significantly from the average value. In practical terms, a z-value of -0,42 means that, within the

context of a standard normal distribution, the data point is somewhat close to the average, so in contrast to the other three values it doesn't represent an extreme or outlier value.

All of these findings represent a good background for the conclusions made by Zigraiova et al. (2020) in their paper as they have mentioned that “Our results still show negative publication bias and positive mean beyond the bias, but with much less precision”.

To add to that, the values of the mean of the coefficients β are normally negative just like in our regression but the bias corrects the mean into a positive one: “All 4 recently proposed nonlinear techniques suggest that the mean β corrected for publication bias is positive”. The only-negative values computed for the z-statistic show a clear presence of bias in the analysis, this is a universally accepted result in literature. Our conclusions on the different research variables, especially on the negative values of β may suggest a type of “confirmation bias” but we analyse the further depths of this in the next section (Zigraiova et al., 2020).

Our main goal is to see whether deviations from uncovered interest parity and changes in relationship between the regression variables are due to the change in benchmark currency.

The values represented in each analysis for the R^2 are very low, varying between 0,025% and 0,85%. The majority of the p-values are high, besides the ones for the Japanese Yen (JPY) which means that the null hypothesis is still majorly not rejected. However, a good thing to observe here is that we had better values for the Hong-Kong (HKD) in our previous analysis but in this one, the values for the HKD have worsened and the values for JPY are better and more significant. This is a first sign that the choice of the benchmark currency matters when running the regression. The scatter plots for every currency are still represented by nearly flat trendlines.

It is important to mention here that the different values that have been computed in this section are mainly due to the change in benchmark currency. This conclusion can also be observed in Zigraiova et al. (2020) “the puzzling finding of a negative β is systematically related to the use of data from advanced economies”. A big part in creating the bias in our calculation is played by the choice of data that was examined, as Zigraiova et al. (2020) analysis “finds support for the unbiasedness hypothesis when one-year forward exchange rates are used instead of one-month contracts”.

Now, if we analyse the results under a different spectrum, more precisely if we look at the interest rates between the currencies, as mentioned in the previous section, these values will vary over a certain interval. An important thing to note is that, considering that our regression analysis gave two different results for this section and for the previous one, one can conclude that there is a defining underlying factor that makes these fluctuations happen. If we relate to Zigraiova et al. (2020) it is easy to conclude that this factor is the deviation from UIP, as the difference between the forward and spot returns should be correlated to changes in exchange rates over the same period. Also, this change and deviation from the UIP depends on the regime and economic situation of the foreign exchange rate and thus in certain regimes there are “persistent deviations from the uncovered interest rate parity, while in the other regime reversions to the parity occur” (Zigraiova et al., 2020). A nice result following these conclusions is that the “forward premium anomaly” occurs when volatility in the foreign exchange market is high, this is proved in the paper by using the example of the US (Zigraiova et al., 2020).

The questionable changes based on the difference of benchmark should be accounted for by the UIP but ultimately “The choice of the currency has strong implications for the estimated β coefficient”. So, in conclusion it is true that the fluctuations of the β coefficient is solely related to bias and the changes in benchmark currency and hence all of these reasons lead to deviation from UIP. Also, the regime is playing a big part in the values for β , that's why we got more stable values for the Australian Dollar (AUD) and the Euro (EUR) than for the Hong-Kong Dollar (HKD) or the Japanese Yen (JPY) as “ β estimates are regime-dependent as they differ across different time periods and they tend to increase over time” (Zigraiova et al., 2020).

CONCLUSION

In conclusion, we presented a quantitative analysis of the ‘forward premium puzzle,’ and our findings are in line with universally accepted results. We utilised the values received from the forward premium series to compare them against the monthly spot return and observed the fluctuations in both variables.

Based on these findings we ran a regression called the ‘Fama’ regression to find the correlation between the spot return and the difference between forward rate at time $t-1$ and the spot rate at time $t-1$.

Our results showed that there was little to no correlation between the regressor and the response variable which proves the existence of the forward premium puzzle.

Finally, a key takeaway to be observed is that depending on the benchmark currency there are deviations in the coefficient β and deviations from uncovered interest parity.

REFERENCES:

1. Bland, M. J., & Altman, D. G. (1996). Statistics Notes: Transforming Data. *The BMJ*, 312(7032), 700. https://www.bmj.com/content/312/7032/700?ijkey=539834c47c3b3b8d5a2b6346eb7f7d4c2564198e&keytype2=tf_ipsecsha
2. Joanes, D. N., & Gill, C. A. (1998, April). Comparing Measures of Sample Skewness and Kurtosis. *Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The Statistician)*, 47(1), 183-189. <https://rss.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-9884.00122>
3. Zigraiova, D., Havranek, T., & Novak, J. (2020). How puzzling is the forward premium puzzle? A meta-analysis. *European Stability Mechanism*, 134(46), 1-30. <https://www.esm.europa.eu/sites/default/files/wp46.pdf>

Coordonator științific: COCIUG Victoria, dr., conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 402705
e-mail: v.cociug@ase.md

SECȚIUNEA 5

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ȘI PROVOCĂRI DE SECURITATE ÎN ECONOMIA DIGITALĂ

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SECURITY CHALLENGES IN THE DIGITAL ECONOMY

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ȘI PROVOCĂRI DE SECURITATE ÎN ECONOMIA DIGITALĂ

DODONOV Parascovia, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: dodonov.parascovia@ase.md

Abstract: Artificial Intelligence (IA) became one of the most important and used technology in almost all of the companies and also in the life of every human being. The concept of Artificial Intelligence is about protecting all kind of data that has a big impact on the survival of big corporations but also to introduce new technologies that can improve the digital word in every country. In other words, IA is the perfect tool that can be used in the progression of the new digital economy but also to create methods that are capable to reduce the chances of the confidential information to be stolen or used in negative ways. The security challenges have increased since the digitalization of the new economy, but it can be said that IA can detect them and give a lot of solutions that can help to make them disappear. The purpose of this research is to show the advantages of the Artificial Intelligence, how it can be used in protecting all kind of informations and also to bring out all the security challenges that are present in the digital economy and the methods that can be used in stopping or reducing them.

Key words: Artificial intelligence, technology, digital economy, information, security.

JEL CLASSIFICATION: O33

INTRODUCERE

Odată cu dezvoltarea rapidă a erei digitale au apărut mai multe tehnologii ce sunt folosite de către companiile internaționale și naționale pentru protejarea datelor cu caracter confidențial dar și a altor informații benefice succesului acestora pe o perioadă mai îndelungată. Inteligența artificială reprezintă una din tehnologiile respective care oferă posibilitatea de prelucrare și sistematizare a datelor la nivel digital dar și crearea unor modalități necesare protejării datelor respective, prin alte cuvinte eliminarea șanselor de a fi expuse sau furate de către alte organizații. Prin folosirea inteligenței artificiale se regăsesc mai multe beneficii decât riscuri pentru orice companie, dar de asemenea contribuie și la dezvoltarea sau inovarea a mai multor domenii, unul dintre acestea fiind economia.

Digitalizarea economiei reprezintă un pas destul de important pentru societate, însă odată cu acest proces apar anumite provocări ce țin de securitatea cibernetică și contribuția acestora în dezvoltarea continuă a domeniului respectiv.

Prin implementarea inteligenței artificiale, șansele pentru depistarea provocărilor existente și reducerea acestora sunt într-o creștere continuă.

Scopul cercetării o reprezintă evidențierea dezvoltării rapide a inteligenței artificiale și concretizarea faptului că aceasta este indispensabilă în crearea unui viitor cât mai digitalizat în orice domeniu existent dar și care ar mai putea apărea.

Obiectivele principale abordate în cercetare sunt:

- analizarea impactului IA asupra economiei digitale,
- identificarea beneficiilor dar și a riscurilor ce pot apărea în urma folosirii IA,
- metodele principale de depistare a provocărilor ce influențează securitatea cibernetică și soluții pentru protejarea oricărui tip de date.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

1. Analiza succintă a surselor bibliografice. Inteligența Artificială (IA) este un subiect ce creează o intrigă în rândul mai multor oameni de știință, autori sau tineri cercetători. Fiecare are rolul de a-și expune opinia și a oferi o înțelegere mai profundă asupra impactului pozitiv dar și negativ ce îl creează IA în diferite domenii. Principalele surse ce redau informațiile de bază cu privire la inteligența artificială vor fi abordate pe parcursul cercetării respective, având scopul de a ne demonstra că pe lângă ajutorul de care putem beneficia prin intermediul IA, riscurile la fel se înmulțesc și câteodată informația pierdută sau furată nu poate fi restabilită nicidecum.

2. Descrierea metodelor de cercetare utilizate. În cadrul cercetării respective scopul principal îl reprezintă identificarea conceptelor fundamentale legate de inteligența artificială (IA), securitatea cibernetică și impactul asupra economiei digitale. Prin urmare, pentru deslușirea acestor aspecte, printre metodele de cercetare utilizată se regăsesc: cercetări documentare, fiind astfel analizate diferite surse informaționale cu privire la tematica respectivă cum ar fi articole științifice, cărți, rapoarte ale organizațiilor internaționale și standarde de securitate cibernetică; date statistice cu privire la atacurile cibernetice și utilizarea IA în economie.

Prin intermediul metodelor respective se subînțelege mai aprofundat impactul ce inteligența artificială îl are asupra mai multor domenii inclusiv cel economic, la fel prin evaluarea datelor statistice se va efectua o analiză mai concisă și mai exactă a riscurilor și vulnerabilităților prin care poate trece o companie din cauza atacurilor cibernetice.

Un exemplu potrivit pentru acest studiu o reflectă cartea "Inteligența artificială în securitatea digitală". Autorii au decis să descrie succint importanța, provocările ce apar, sectoarele în cadrul cărora inteligența artificială contribuie la crearea unui spațiu sigur de stocare a datelor de toate tipurile și formele, dar și impactul ce îl are asupra vieții sociale

Pe plan economic, investirea într-o tehnologie de tip IA, oferă posibilitatea de previzualizare, sistematizare și analizare a indicatorilor economici, dar și metodele de îmbunătățire și înțelegere a datelor respective. Cu cât mai mult tehnologia pătrunde în viețile noastre cu atât mai mult apare și posibilitatea de verificare a acesteia.

Legea privind Inteligența Artificială elaborată de Parlamentul European oferă o claritate asupra modului de utilizare a IA dar și riscurile ce apar odată cu abuzarea acesteia.

Provocări cu privire la securitatea cibernetică sunt diverse, apar periodic și au un impact diferit asupra informațiilor stocate. Una dintre provocările de bază îl reprezintă partajarea informațiilor între organizații. Pentru a împiedica furtul datelor cu caracter confidențial, orice întreprindere este conștientă de atacurile cibernetice ce pot avea loc oricând și prin urmare să implementeze un sistem de detectare a acestora. Nu în toate cazurile atacurile respective pot fi prevenite, însă conștientizarea că riscurile pot apărea de oriunde și oricând trebuie să fie mereu prezentă. Instalarea unui software antivirus ajută întreprinderile să detecteze la timp virusul și să îl înlăture. Astfel, securitatea cibernetică rămâne și în zilele de azi o provocare pentru organizații, dar faptul că odată cu digitalizarea continuă a acestei ere apar mai multe soluții de împiedicare a atacurilor cibernetice în orice domeniu reprezintă un punct forte ce la fel continuă să se dezvolte.

Datorită raportului "Accelerating Europe", putem avea o imagine mai detaliată și largă asupra stării creșterii economice în raport cu progresul tehnologic și inovația digitală. Pe lângă provocările evidențiate în acest raport, apar și anumite aspecte pozitive cu privire la posibilitatea Europei de a dezvolta mai multe companii ce pot folosi Inteligența Artificială, diminuând astfel riscul de pierdere a informației.

Prin urmare, în raportul respectiv este stipulat că pentru îmbunătățirea mediului tehnologic european și al întregii economii este necesară implementarea anumitor reforme pentru mobilizarea capitalului disponibil prin intermediul căruia poate fi încurajată și inovația.

3. Beneficiile utilizării inteligenței artificiale. Printre principalele beneficii ale IA în economia digitală se numără:

- **Automatizarea și eficientizarea proceselor**- drept rezultat apare o creștere a productivității și reducerea timpului de execuție a sarcinilor.
- **Îmbunătățirea securității cibernetice**- prin intermediul IA pot fi identificate la timp amenințările create de atacurile cibernetice.
- **Personalizarea serviciilor**- inteligența artificială oferă soluții diverse și eficiente adaptate la nivelul diferitor clase de consumatori.
- **Dezvoltarea unor noi industrii și locuri de muncă**- crearea diferitor oportunități economice bazate pe tehnologie și inovație.

4. Rezultatele obținute. După o analiză mai profundă a indicatorilor economici afectați atât pe plan pozitiv cât și negativ (Tabelul 1), este necesar de constatat că pe măsură ce dezvoltarea digitală este într-o creștere continuă, vor crește semnificativ și provocările de securitate a oricărui tip de date. Datorită acestor provocări sunt necesare anumite măsuri de protejare a informației mai ales date referitoare la economia digitală.

Informațiile incluse în tabel evidențiază o creștere alarmantă a amenințărilor cibernetice în economia digitală, accentuată de utilizarea inteligenței artificiale pentru atacuri tot mai sofisticate.

Tabelul 1. Impactul IA asupra Securității în Economia Digitală

Indicator	Valoare
1. Pierderi financiare cauzate de ciber-atacuri în 2024	10 miliarde euro, dublu față de anul precedent
2. Proportia infracțiunilor cibernetice la nivel global	1 din 5 infracțiuni au loc în mediul online
3. Procentul specialiștilor IT ce consideră IA o amenințare	96%
4. Creșterea breșelor de securitate raportate în ultimele 12 luni	57% în creștere cu 6% față de anul precedent
5. Proportia specialiștilor IT ce intenționează să își schimbe locul de muncă în următoarele 12 luni	64% în creștere cu 25 % față de anul precedent

Sursa: Inteligența artificială. (n.d).

Pierderile financiare semnificative, creșterea numărului de breșe de securitate și utilizarea IA în atacurile cibernetice subliniază nevoia urgentă de soluții avansate de protecție.

CONCUZII

În baza scopului și obiectivelor cercetării, poate fi evidențiat faptul că inteligența artificială (IA) este un factor esențial în dezvoltarea și digitalizarea economiei pe plan mondial, având astfel un impact masiv asupra productivității, eficienței și inovației în toate sectoarele de activitate.

De asemenea, adoptarea acestei tehnologii duce la o eficientizare a costurilor operaționale, îmbunătățirea experienței utilizatorilor și crearea unor noi locuri de muncă în domenii tehnologice emergente. Cercetarea respectivă confirmă și accentuează faptul că inteligența artificială este indispensabilă pentru dezvoltarea unei economii digitale avansate. În contextul actual, este esențial ca organizațiile să implementeze măsuri eficiente de protecție, să dezvolte reglementări adecvate și să investească în soluții bazate pe IA pentru a combate amenințările cibernetice.

O abordare echilibrată, care combină inovația cu securitatea, va fi cheia succesului în era digitalizării accelerată.

REFERINȚE:

1. Abordarea celor mai critice patru provocări de securitate cibernetica. (2020, Martie 12). <https://www.exclusive-networks.com/ro/abordarea-celor-mai-critice-patru-provocari-de-securitate-cibernetica/>
2. Europa are ocazia să stimuleze informația. (2025, Februarie 28). <https://digitalio.ro/2025/02/28/europa-are-ocazia-sa-stimuleze-inovatia-dar-trebuie-sa-adopte-masuri-mai-curajoase/>
3. Inteligența artificială. (n.d). <https://elpais.com/expres/2024-12-31/la-inteligencia-artificial-eleva-los-ciberataques-a-un-nivel-nunca-visto-y-como-reducir-las-posibilidades-de-caer-en-uno.html?>

4. Inteligența artificială: oportunități și pericole. (2020, Octombrie 22).
<https://www.europarl.europa.eu/topics/ro/article/20200918STO87404/inteligenta-artificiala-oportunitati-si-pericole>
5. Legea UE privind IA: prima reglementare a inteligenței artificiale. (2023, Iunie 09).
<https://www.europarl.europa.eu/topics/ro/article/20230601STO93804/legea-ue-privind-ia-prima-reglementare-a-inteligentei-artificiale>
6. Tănase, T. (2024). *Introducere la o carte proiect Inteligența Artificială în Securitatea Digitală*.
<https://www.crifst.ro/carte/inteligenta-artificiala-in-securitatea-digitala/>
7. Tutorial Securitate Cibernetică: Cum ne Protejăm de Atacurile Cibernetice. (2024, Octombrie 23).
<https://ramonnastase.ro/blog/cum-ne-protejam-de-atacurile-cibernetice-lectia-2/>

Coordonator științific: CAPAȚINA Valentina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 60 145 666
e-mail: vcapatina@yahoo.com

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SECURITY CHALLENGES IN THE DIGITAL ECONOMY

INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ ȘI PROVOCĂRI DE SECURITATE ÎN ECONOMIA DIGITALĂ

ISAC Ariana, studentă, specialitatea: Relații internaționale și studii europene

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, România,

e-mail author: ai425@student.ugal.ro

Abstract: Artificial intelligence (AI) plays a key role in the digital economy, bringing both economic opportunities and security risks. The main threats identified include algorithmic vulnerabilities, automated cyberattacks, financial market manipulation and regulatory loopholes. AI algorithms can be exploited by adversarial attacks, and deep fakes and automated hacking represent emerging risks for sectors such as finance and cybersecurity. In addition, automated trading can destabilize markets, and insufficient regulation creates an environment conducive to the misuse of AI. To counter these challenges, it is necessary to develop strict regulatory policies, improve the resilience of algorithms and constantly monitor AI systems. Risk awareness and user education are also critical factors for a safer digital environment. One of the emerging security challenges in the digital economy is the expansion of the use of AI in cyberattacks. Thus, AI-based phishing systems can generate personalized messages, adapted to the target's behavior, which increases the likelihood of their effectiveness. AI is also used to develop advanced malware, capable of modifying its code to avoid detection by traditional security solutions. Another emerging security challenge in the digital economy is the exploitation of AI in disinformation and manipulation of public opinion. Thus, digital platforms use advanced algorithms to personalize the content displayed to users, but these algorithms can be exploited to spread false information on a large scale. AI-generated disinformation campaigns have been identified in electoral contexts, where deep fakes and automatically generated posts influenced voters' perceptions.

Keywords: Artificial intelligence, cybersecurity, adversarial attacks, deep fake, algorithms, regulation, digital economy, attack automation

JEL CLASSIFICATION: O14

INTRODUCERE

Importanța cercetării inteligenței artificiale (IA) deține un rol semnificativ în provocările securității economiei digitale. Obiectivul major al lucrării rezidă în analiza inteligenței artificiale ca factor esențial în economia digitală ce influențează majoritatea sectoarelor, de la comerț electronic și finanțe la logistică și securitate cibernetică. Pe de o parte, IA permite automatizarea proceselor, optimizarea resurselor și generarea de noi oportunități economice. Pe de altă parte, evoluția sa rapidă creează riscuri considerabile în materie de securitate, precum atacuri cibernetice sofisticate, manipularea datelor și vulnerabilități ale algoritmilor. Acest articol analizează principalele provocări de securitate generate de IA în economia digitală și explorează soluții pentru mitigarea riscurilor.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Pentru a oferi o imagine clară asupra problemei, cercetarea se bazează pe mai multe surse relevante cum ar fi: portalul Consiliului Uniunii Europene (2023) oferă perspective asupra politicilor de securitate cibernetică și reglementărilor aplicabile în Uniunea Europeană. Studiul realizat de Stanford (2014) analizează impactul IA asupra economiei, subliniind cum algoritmi pot influența deciziile de piață. Lucrarea „Artificial Intelligence: A Modern Approach” de Stuart Russell și Peter Norvig reprezintă un ghid fundamental asupra metodelor IA. O altă lucrare cum ar fi „Idealizations of Uncertainty, and Lessons from Artificial Intelligence” explorează modul în care incertitudinea este gestionată în sistemele IA, cu implicații asupra securității. Pentru realizarea acestui studiu s-au

utilizat mai multe metode: analiza documentară - examinarea literaturii pentru identificarea riscurilor IA; studiu comparativ - compararea strategiilor de securitate utilizate de companii; metoda inductivă - derivarea concluziilor din studii de caz despre atacuri cibernetice asistate de IA.

În urma realizării acestei cercetări am identificat mai multe provocări critice legate de utilizarea IA în economia digitală. Una din acestea ține de vulnerabilitățile algoritmilor.

Algoritmii IA sunt expuși atacurilor adversariale, prin care datele de intrare sunt manipulate pentru a provoca erori în sistemele automate. Un exemplu concret este cel al vehiculelor autonome, care pot fi induse în eroare prin modificarea semnelor rutiere. Tesla a raportat cazuri în care autovehiculele au interpretat greșit indicatoarele, ceea ce ar putea duce la accidente grave. Totodată, sistemele de recunoaștere facială utilizate în sectorul financiar pot fi păcălite de deepfake-uri, ceea ce ridică probleme de securitate în ceea ce privește autentificarea și accesul la servicii bancare.

O altă provocare legată de utilizarea IA în economia digitală este legată de automatizarea atacurilor cibernetice. IA este utilizată atât pentru protecția cibernetică, cât și pentru atacuri sofisticate. Hackeri avansați folosesc tehnologia pentru a crea atacuri personalizate, precum campanii de phishing generate automat sau viruși informatici ce se adaptează în timp real la măsurile de securitate implementate. Un exemplu relevant este utilizarea IA pentru spargerea parolilor. Prin tehnici de învățare automată, sistemele pot analiza modele și prezice parole probabile, reducând timpul necesar pentru compromiterea conturilor. De asemenea, deepfake-urile au fost utilizate pentru fraudă bancară, atacatorii reușind să creeze apeluri video false cu identități fabricate pentru a induce în eroare reprezentanți ai băncilor.

O altă provocare legată de utilizarea IA în economia digitală este caracterizată de manipularea piețelor financiare. Algoritmii de tranzacționare automată sunt susceptibili la manipulări. Un caz celebru este cel al „flash crash”-ului din 2010, când un algoritm a declanșat o cădere bruscă a pieței bursiere. În plus, există temeri că IA ar putea fi folosită pentru a influența prețurile acțiunilor prin tranzacții rapide, generând instabilitate economică. O altă provocare este legată de sistemele de credit scoring. Algoritmii care analizează bonitatea clienților pot fi păcăliți prin generarea de date false, ceea ce ar putea duce la acordarea de credite unor persoane neeligibile.

Pentru a contracara aceste probleme ne-am ciocnit cu dilema lacunelor legislative care, la rândul lor, constituie un obstacol în calea utilizării fără impedimente a IA în economia digitală.

Reglementările privind IA și securitatea cibernetică sunt încă insuficient dezvoltate pentru a acoperi toate riscurile. Uniunea Europeană a propus documentul „AI Act”, un cadru de reglementare menit să stabilească standarde stricte pentru dezvoltarea și utilizarea IA, dar aplicabilitatea acestuia rămâne limitată în context global. În SUA și China, reglementările sunt mai flexibile, ceea ce poate duce la o competiție inegală pe piața globală și la exploatarea unor breșe legislative pentru utilizarea IA în scopuri malițioase. Pentru a diminua riscurile asociate IA în economia digitală, este esențială implementarea unor măsuri pro active, inclusiv:

1. Elaborarea unor politici stricte de reglementare – guvernele trebuie să colaboreze pentru a crea standarde internaționale pentru utilizarea IA, astfel încât să fie prevenite utilizările neetice și atacurile cibernetice.

2. Dezvoltarea unor algoritmi rezilienți – cercetătorii și companiile din domeniu trebuie să creeze sisteme mai sigure, capabile să detecteze atacurile adversariale și să răspundă la amenințările emergente.

3. Monitorizarea constantă a sistemelor IA – audituri de securitate și revizuii regulate ale algoritmilor utilizați pot preveni exploatarea acestora.

4. Colaborarea internațională – Partajarea informațiilor despre atacuri și amenințări între state și corporații poate contribui la crearea unei apărări mai solide împotriva utilizării abuzive a IA.

5. Educație și conștientizare – utilizatorii trebuie informați despre riscurile IA și despre metodele de protecție împotriva atacurilor cibernetice bazate pe inteligență artificială.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

IA aduce numeroase beneficii economiei digitale dar și provocări semnificative de securitate. O abordare echilibrată, bazată pe inovație responsabilă și măsuri de protecție eficiente, este esențială pentru a preveni amenințările emergente și a asigura un mediu digital sigur.

REFERINȚE:

1. Einav L., & Levin J. (2014). *Economics in the age of big data*.
<https://web.stanford.edu/~leinav/pubs/Science2014.pdf>
2. Kyburg H. E. Jr. (1996). *Idealizations of Uncertainty, and Lessons from Artificial Intelligence*.
3. Portalul Consiliului Uniunii Europene.(2025). <https://www.consilium.europa.eu/ro/policies/cybersecurity/>
4. Russell S., & Norvig P. (2009). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson.

Coordonator științific: CORLOTEANU Silvia, dr. hab., prof. univ.,
Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, Facultatea Transfrontalieră,
Strada Domnească nr. 111, corp K, Campus Științei, Galați, România.
Tel: +373 78922462
e-mail: silvia.corloteanu@ugal.ro

INNOVATE MANAGEMENT IN THE ERA OF ROBOTICS: THREATS OF UNEMPLOYMENT OR NEW OPPORTUNITIES

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ЭПОХУ РОБОТИЗАЦИИ: УГРОЗЫ БЕЗРАБОТИЦЫ ИЛИ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

UZUN Irina, studentă, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: uzun.irina.npsy@ase.md

Abstract: The article is devoted to the study of the impact of the robotization process on the labor market. Companies strive to maximize profits by reducing personnel costs, which is possible due to the introduction of robotics. It is obvious that industrial revolutions were accompanied by social demands and in the conditions of the fourth industrial revolution, technological progress, in particular, automation of production create a threat to a number of professions. This leads to changes in the structure of employment and an increase in the unemployment rate. Technology not only changes the working environment itself, but also changes the requirements for employees. Based on this fact, workers may have difficulty in continuous training to overcome competition with robots, which increases the risk of their displacement from economic activity.

The purpose of this paper is to attempt to answer the questions: Is robotization a threat to mass unemployment or does it create new jobs? What new occupations are emerging as a result of automation?

The research methods applied in this paper include studying and analyzing articles, looking at case studies of companies, and analyzing statistical data on the automation of production in the world.

Key words: labor market, robotics, innovation, the fourth industrial revolution

JEL CLASSIFICATION: M19, O31, O39

ВВЕДЕНИЕ

Одной из ключевых технологий четвертой промышленной революции является роботизация. Сегодня использование роботов стало привычным явлением и является одним из ключевых показателей технологического прогресса. Каждый год создаются и тестируются тысячи новых роботов, которые находят применение в различных сферах деятельности человека, начиная от производства до медицины. Этот процесс сопровождается постепенным вытеснением человеческого труда, вызывая страх и неприятие цифровой промышленности.

Целью данной работы является влияние роботизации на рынок труда, выявление преимущества и риски автоматизации производства, способы подготовки сотрудников к новым требованиям цифровой промышленности.

Важность исследования проявляется в выявлении рисков безработицы на рынке труда и в возможностях создания рабочих мест в условиях роботизации. Также важность фокусируется на непрерывном обучении сотрудников, совершенствовании навыков и на необходимости модернизации системы образования в будущем.

Роботизация – это внедрение автоматизированных систем, включая физических роботов и программные решения, в производственные процессы, на промышленном уровне. Основная цель этого процесса – увеличение эффективности, повышение производительности и ускорение выполнения задач (Борисевич, 2024).

Роботизация строится на ряде ключевых принципов (Мустафин, 2024):

1. Автоматизация рутинных процессов – выполнение повторяющихся и однотипных операций, позволяя сотрудникам сосредоточиться на более сложных задачах

2. Рост производительности и эффективности – ускорение рабочих процессов, снижение затрат и увеличение выпуска продукции
3. Минимизация ошибок и повышение качества – исключение человека снижает вероятность брака, повышая точность и стабильность выполнения задач.
4. Экономическая выгода – внедрение роботов снижает затраты на рабочую силу.
5. Взаимодействие человека и робота – роботизация не заменяет человека полностью, а дополняет рабочий процесс, облегчая выполнение задач.

Повышенный общественный интерес к робототехнике обусловлен, с одной стороны, осознанием их потенциала и возможностей упростить жизнь, а с другой – из-за опасений по поводу сокращения рабочих мест и влияния на рынок труда. Данный вопрос был исследован следующими международными организациями и институтами: Международная Федерация Робототехники, Глобальный институт McKinsey, Европейская комиссия и др.

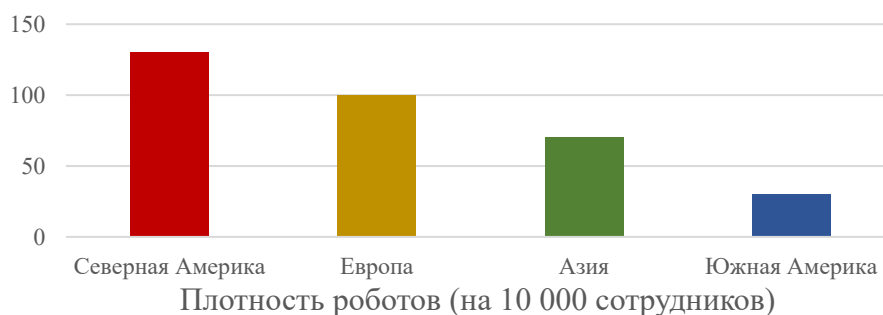
К примеру, Acumen Research and Consulting прогнозирует к 2030 году превышение мирового рынка автоматизации рабочих процессов свыше 78 млрд долларов (Acumen Research and Consulting, 2022). Очевидно, что развитие этих технологии не только ускоряет рост рынка, но и снижает нагрузку на работников, освобождая от рутинных и опасных задач, что способствует повышению производительности и оптимизации трудовых процессов. Следовательно, не стоит недооценивать реальный положительный вклад робототехники в производительность и создание рабочих мест.

Эксперты Международной Федерации Робототехники считают, что роботы дополняют и усиливают совместный труд с человеком, так как роботы заменяют трудовую деятельность, но не заменяют рабочие места (Stahl, 2023). Менее 10% роботов полностью автоматизированы, так как в основном роботы используются как дополнение к рабочему месту и увеличивают трудовую деятельность, повышая качество работы. Роботизация привела к росту спроса на трудовом рынке и положительно влияет на заработную плату, так как компании, которые роботизировали производственные процессы для повышения эффективности и конкурентоспособности на рынке, нуждаются в работниках с более высокой квалификацией.

Также экономист Банка Англии Энди Хэлдейн утверждает, что роботизация труда не приведет к росту труда, так как люди будут приспосабливаться к новым задачам, усовершенствовать навыки, в которых они превосходят роботов (Алчевский, 2015). Исследование «Deloitte» является тому доказательством, так как демонстрирует рост рабочих мест за последние 140 лет благодаря технологиям (Bolton, 2015).

Сегодня компьютеры могут выполнять работу врачей. К примеру, в хирургии врачи используют робота-ассистента «Da Vinci» удалось снизить кровопотерю во время операции и улучшить послеоперационное состояние пациента (Европейский медицинский центр, 2015).

Рисунок 1. Уровень роботизации в разных регионах мира на начало 2024 год



Источник: Составлено автором в результате исследования (Stahl, 2023).

Проанализировав диаграмму о роботизации в различных регионах мира на начало 2024 года, можно сделать выводы, что Северная Америка лидирует с показателями 130 роботов на каждые 10 000 сотрудников. Это демонстрирует высокую степень автоматизации и активное внедрение робототехники в производственные процессы. Далее следует Европа, где плотность роботов составляет 100 единиц на 10 000 сотрудников. Азия занимает третью позицию, демонстрируя плотность 70 роботов на 10 000 сотрудников, но несмотря на растущие темпы автоматизации, уровень роботизации здесь пока ниже, чем в Северной Америке и Европе. Южная Америка значительно отстает от других регионов с плотностью менее 30 роботов на 10 000 сотрудников. Данное исследование было проведено с целью подтверждения, что уровень роботизации тесно связан с экономическим развитием региона и уровнем инвестиций в технологии.

Роботизация активно применяется в автомобиле – и машиностроении, в пищевой промышленности и других отраслях. Ранее на китайском заводе Changing Precision Technology работало 650 сотрудников. Однако после внедрения автоматизированных сборочных линий численность персонала было сокращена до 60 человек. В результате производительность предприятия увеличилась на 250%, уровень брака снизился на 80%, что повысило эффективность производства (Касянчук, 2017).

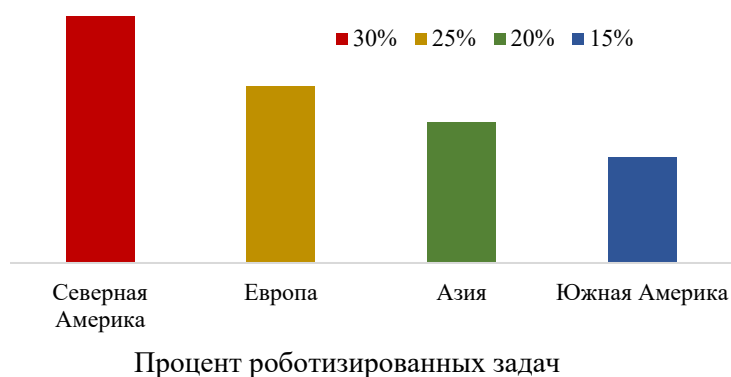


Рисунок 2. Процент роботизированных задач в разных регионах мира на начало 2024 года
Источник: Составлено автором в результате исследования (Stahl, 2023).

Рисунок 1 и Рисунок 2 тесно связаны между собой тем, что доказывают взаимосвязь между уровнем роботизации и распространенностью роботизированных задач. Очевидно, что лидируют страны с более развитой экономикой, активными инвестициями в технологии и высокими затратами на труд. Высокий уровень роботизации также обусловлен высоким уровнем образования и поддержкой государства.

Джо-Чинг Чунг и Йонг Сук Ли в своей статье «Эволюционное влияние роботов на рабочие места» отмечают, что внедрение роботов сначала снижает уровень занятости, но со временем способствует его росту и восстановлению, и оказывает положительное влияние на заработную плату. На основе данной статьи, можно сделать вывод, что в краткосрочной перспективе роботизация может привести к увеличению безработицы, но в долгосрочной перспективе она способствует созданию рабочих мест (Chung, & Lee, 2022).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

И все же, несмотря на активное внедрение роботизации, ситуация не критична. Согласно прогнозу «ManpowerGroup», к 2024 году ожидается высокий спрос на такие профессии, как веб-разработчик (+24%), аналитик в сфере вычислительной техники (+21%), специалист по информационной безопасности (+18%) и разработчик программного обеспечения (+17%) (ManpowerGroup, 2023).

Всё также останутся востребованными профессии, требующие эмоционального интеллекта, интуиции и социального взаимодействия. Среди них врачи, психологи, пожарные, полицейские, детективы, артисты, фотографы, социальные работники, священнослужители и предприниматели.

Вместо опасений по поводу исчезновения профессий важно сосредоточиться на адаптации к новым реалиям и освоении современных компетенций. На смену старым профессиям придут новые. Образовательные программы требуют своевременной адаптации и поддержки государства в данном процессе.

XXI век остается веком человеческого капитала, и ключ к успеху – это инвестиции в развитие навыков, постоянное обучение и готовность использовать технологический прогресс как возможность для личного и профессионального роста.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Acumen Research and Consulting. (2022). *Workflow Automation Market*. <https://www.acumenresearchandconsulting.com/> Accesat la 21 martie 2025.
2. Bolton, D. (2015). *Technology has created more jobs in the last 144 years than it has destroyed, Deloitte study finds*. <https://www.independent.co.uk/tech/technology-creates-more-jobs-than-it-destroys-10460880.html>
3. Chung, J., & Lee, Y. S. (2022). *The Evolving Impact of Robots on Jobs*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00197939221137822>
4. ManpowerGroup. (2023). *The Latest Labor Shortage Trends & Statistics*. <https://www.manpowergroup.com/en/insights>
5. Stahl, A. (2023). *The Rise of Artificial Intelligence: Will Robots Actually Replace People?* <https://ifr.org/worldrobotics>
6. Алчевский, А. (2015). *Роботизация приведет к потере 15 млн рабочих мест в Великобритании*
7. Борисевич, М. (2024). *За роботами будущее? Что нужно знать о роботизации производства и бизнеса*. <https://www.nur.kz/leisure/interesting-facts/2176985-za-robotami-budushchee-chto-nuzhno-znat-o-robotizacii-proizvodstva-i-biznesa/>
8. Европейский медицинский центр.(2015). *Робот Да Винчи: преимущества роботической хирургии* . <https://www.emcmos.ru/articles/robot-da-vinchi-preimushchestva-roboticheskoy-hirurgii/>
9. Касянчук, Д. (2017). *McKinsey: к 2030 году до 800 млн человек могут потерять рабочие места из-за роботов*. :<https://republic.ru/posts/88036>
10. Мустафин, Т. А. (2024). *Роботизация в промышленности: перспективы, возможности и вызовы*. <https://apni.ru/article/8202-robotizatsiya-v-promishlennosti-perspektivi>

Coordonator științific: DOROGAIA Irina, dr. hab., conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: dorogaia.irina.ion@ase.md

PROSPECTS AND RISKS OF DEVELOPMENT OF BIG DATA AS AN INNOVATIVE TECHNOLOGY

ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ РАЗВИТИЯ BIG DATA КАК ИННОВАЦИОННОЙ ТЕХНОЛОГИИ

ICHIZLI Marina, studenta, specialitatea: BA

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: ichizli.marina@ase.md

Abstract: This paper examines Big Data as a key innovation of the Fourth Industrial Revolution and its impact on the banking sector. The adoption of Big Data is transforming financial services by enhancing risk assessment, fraud detection, and customer relationship management. In Moldova, banks are gradually integrating Big Data technologies to improve operational efficiency and decision-making. This study focuses on the opportunities and risks associated with Big Data implementation in banking, using SWOT-analysis to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of its adoption, and comparative analysis to examine how other companies in Moldova implement Big Data and how these practices can be adapted to the banking sector. As a case study, we analyze the practices of Moldova Agro-indbank (MAIB)—one of the leading banks in the country—assessing its approach to data-driven financial services. Key opportunities include improved credit risk management, personalized banking solutions, and enhanced cybersecurity, while challenges involve regulatory constraints, data privacy issues, and technological limitations. The findings highlight the need for strategic investments in data analytics and regulatory adaptation to maximize the benefits of Big Data in the Moldovan banking sector.

Keywords: Big Data, banking sector, risk, prospect, data privacy.

JEL CLASSIFICATION: M19, O31, O33, O39

ВВЕДЕНИЕ

Объемы информации и их важность в современном мире увеличиваются с каждым годом экспоненциально. Для того чтобы быстро реагировать на изменения на рынке, получать конкурентные преимущества и повышать эффективность различных процессов, необходимо не только собирать, но и оперативно обрабатывать и анализировать большие объемы данных.

Большие данные представляют собой массивы информации, которые характеризуются не только огромными объемами, но и высокой скоростью накопления, а также разнообразием форматов представления, включая как структурированные, так и неструктурированные данные (Перспективы развития и тренды Big Data, 2020).

Международной консалтинговой компанией «McKinsey&Company» было проведено детальное изучение больших данных. Из этого следует, что прилагательное «*большие*» в явном виде указывает на объем данных и относится, согласно (McKinsey, 2011), к наборам данных, размер которых превосходит возможности типичных баз данных по хранению, управлению и анализу информации. Во многих источниках приводятся конкретные числовые значения, превышение которых позволяет рассматривать данные как большие (Шальнова, 2020).

В 2001 года Дуг Лейни из Meta издал документ, описывающий проблемные зоны, связанные с высокими требованиями к центральным хранилищам данных на фоне бурного роста e-commerce, а также делающий прогноз на изменение стратегии IT-компаний в отношении подходов к построению архитектуры решений, связанных с хранением и обработкой информации (История больших данных (Big Data) – часть 1, 2019).

Было выделено три важнейших направления, на которых стоит сосредоточиться для решения вопросов управления данными:

- **Volume** - большой объем информации,
- **Velocity** - высокая скорость изменения и обработки информации,
- **Variety** - разнообразие и разнородность данных.

В Республике Молдове, несмотря на рост цифровизации, внедрение Big Data в банковский сектор все еще на стадии развития. Эта технология открывает новые возможности для повышения эффективности и принятия обоснованных решений, но также создает риски, связанные с конфиденциальностью данных, технологическими ограничениями и соблюдением нормативных требований.

Целью данной работы является анализ перспектив и рисков, связанных с внедрением Big Data в банковский сектор Молдовы, с акцентом на практики, применяемые ведущими банками страны.

Объектом исследования является «Moldova Agroindbank» S.A. – один из крупнейших банков Республики Молдова. Исследование направлено на анализ использования технологий Big Data в банке для улучшения бизнес-процессов, управления рисками и персонализации услуг. Будут рассмотрены как возможности, так и риски внедрения этих технологий в деятельность банка.

СОДЕРЖАНИЕ

Анализ банка. Несколько региональных работ и отчеты молдавских финансовых учреждений показывают тенденцию к внедрению цифровых технологий в банковском секторе. В частности, отчеты Национального Банка (Отчёт Национального Банка Молдовы, 2020) Республики Молдова свидетельствуют о растущем интересе к Big Data как инструменту для повышения эффективности и конкурентоспособности Moldova Agroindbank, который активно развивает цифровизацию своих услуг (Moldova Agroindbank и стремление быть ближе к своим клиентам, 2021).

Для определения особенностей деятельности компании, нами был разработан SWOT-анализ, представленный в таблице 1.

Таблица 1. Swot-анализ «Moldova Agroindbank» S.A.

Сильные стороны	Слабые стороны
-Лидер на рынке Молдовы -Широкий ассортимент продуктов и услуг -Продвинутая система безопасности -Партнёрства с международными финансовыми учреждениями -Развитая цифровая инфраструктура	-Высокие затраты на внедрение новых технологий -Недостаток специалистов в области аналитики данных -Сопротивление сотрудников внедрению новых технологий -Задержки в запуске новых продуктов
Возможности	Угрозы
-Развитие новых продуктов с использованием Big Data -Выход на международные рынки -Использование аналитики для прогнозирования трендов	-Риски утечек данных и кибератак -Жесткие нормативные требования по защите данных -Технологические и законодательные риски -Необходимость в высоких инвестициях -Проблемы с адаптацией клиентов

Источник: сделано автором по результатам исследования

На основе проведенного анализа были выявлены **перспективы развития**, связанные с внедрением технологий Big Data в банковскую сферу (Большие Данные и банковская сфера, 2023):

1. **Применение алгоритмов машинного обучения** - МАІВ будет активно использовать алгоритмы машинного обучения для анализа и прогнозирования данных, что позволит точнее оценивать кредитные риски.

2. **Интеграция многоканальных данных** - Сбор информации из различных источников, включая внешние данные, что позволит более точно оценивать экономическую и финансовую ситуацию, а также лучше понимать потребности клиентов и адаптировать услуги.
3. **Укрепление кибербезопасности** - Использование Big Data поможет улучшить защиту своих систем от кибератак и мошенничества, позволяя быстрее выявлять подозрительные действия и предотвращать финансовые потери.
4. **Повышение рыночной конкурентоспособности.** Привлечение большего количества клиентов и инвесторов, а также повышение своей адаптивности к изменениям в банковской среде.

Кроме этого, в ходе теоретического и практического исследования (Плескач и др., 2022), были выявлены **риски развития** Big Data в банковской сфере:

1. *Риски безопасности данных*- возможны утечки данных из-за огромного объема чувствительной информации.
2. *Технические и инфраструктурные риски* – отсутствие высококвалифицированных работников и несовместимость уже существующих IT-систем с базами данных банка.
3. *Финансовые риски* из-за высоких затрат на внедрение цифровых технологий.
4. *Проблемы с конфиденциальностью и соблюдением нормативных требований.*

Таблица 2. Сравнительный анализ «Moldova Agroindbank» S.A. и «Moldinconbank» S.A.

	Moldova Agroindbank (MAIB)	Moldinconbank
1.Использование машинного обучения	Активно использует алгоритмы машинного обучения для улучшения управления рисками, оценки кредитных рисков и прогнозирования дефолтов.	Также применяет машинное обучение, но акцент сделан на улучшение клиентского обслуживания через автоматизацию и персонализацию.
2.Кибербезопасность	Использует Big Data для улучшения кибербезопасности, выявления мошеннической активности в реальном времени и предотвращения финансовых преступлений.	Использует технологию для повышения уровня безопасности, однако акцент сделан на мониторинг и анализ транзакционных данных для предотвращения фрода.
3. Персонализация обслуживания	Применение аналитики Big Data для создания персонализированных предложений клиентам, основанных на анализе транзакционных данных, предпочтений и финансового поведения.	Внедрение для персонализации услуг, предлагая клиентам более точные финансовые продукты, включая индивидуальные предложения по кредитованию и инвестициям.
4. Инновации и цифровизация	MAIB внедряет инновационные технологии для повышения цифровизации своих услуг, включая мобильные приложения и онлайн-банкинг, которые используют Big Data для анализа поведения пользователей	Moldinconbank активно работает над цифровизацией, улучшая доступность услуг через интернет-платформы и мобильные приложения.

Источник: сделано автором по результатам исследования

Основные шаги позволяют прогнозировать риски и обеспечивать планомерное выполнение проектов (Семь самых распространенных проектных рисков и способы их предотвращения, 2025):

1. Определение рисков.
2. Определение вероятности возникновения и степени воздействия.
3. Поиск решения для каждого риска
4. Регулярный контроль оценки рисков.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе анализа внедрения технологии Big Data в деятельность «Moldova Agroindbank» S.A. были выявлены значительные возможности для улучшения управления рисками, персонализации обслуживания и повышения операционной эффективности. Технология позволяет более точно прогнозировать кредитные риски, разрабатывать персонализированные финансовые продукты и оптимизировать внутренние процессы банка, что способствует укреплению его конкурентных позиций.

Однако, внедрение Big Data связано с рисками безопасности данных, соблюдения законодательства и возможных ошибок в интерпретации данных. Успех технологии в МАІВ зависит от эффективного управления этими рисками, улучшения квалификации сотрудников и защиты данных. При правильном подходе банк может значительно повысить свою прибыльность и укрепить доверие клиентов.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. McKinsey Global Institute. (2011). *Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*. https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/mckinsey%20digital/our%20insights/big%20data%20the%20next%20frontier%20for%20innovation/mgi_big_data_exec_summary.pdf.
2. Moldova Agroindbank и инновационные решения. (2023). <https://www.maib.md/ru/noutati/maib-a-prezentat-solutii-inovative-pentru-comerciantii-online-la-gpec-summit-e-commerce-and-digital-marketing>.
3. Moldova Agroindbank и стремление быть ближе к своим клиентам. (2021). <https://www.maib.md/ru/presa/business-class>.
4. Большие Данные и банковская сфера. (2023). <https://www.decosystems.ru/big-data-v-banke/>.
5. История больших данных (Big Data) – часть 1. (2019). <https://www.computerra.ru/234239/istoriya-bolshih-dannyh-big-data-chast-1/>.
6. Отчёт Национального Банка Молдовы. (2020). https://www.bnm.md/files/Annual_Report_2020.pdf.
7. Перспективы развития и тренды Big Data. (2020). <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/big-data-perspektivy-razvitiya-trendy-i-obemy-rynka-bolshikh-dannykh/>.
8. Плескач В., Краснощок В., Криволапов Я., & Скачек Л. (2022). *Тенденции развития, риски и перспективы баз больших данных.* <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-riski-i-perspektivy-baz-bolshih-dannyh/viewer>.
9. Семь самых распространенных проектных рисков и способы их предотвращения. (2025). <https://asana.com/ru/resources/project-risks>.
10. Шальнова, Ю. (2020). *Экономическая сущность больших данных.* <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-suschnost-bolshih-dannyh/viewer>.

Coordonator științific: DOROGAIA Irina, dr. hab., conf.univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: dorogaia.irina.ion@ase.md

SECȚIUNEA 6

CONTABILITATE, AUDIT ȘI ANALIZĂ ECONOMICĂ

ANALYSIS OF NORMATIVE ACTS REGULATING THE ACCOUNTING OF EXCISES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND ROMANIA

ANALIZA ACTELOR NORMATIVE CARE REGLEMENTEAZĂ CONTABILITATEA ACCIZELOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA ȘI ROMÂNIA

COSTEȚCHI Milina, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: costetchi.milina@ase.md

Abstract. Excise duties represent an important category of indirect taxes applied to specific products such as alcohol, tobacco, petroleum products, and certain luxury goods. These taxes are included in the final price of the products and are ultimately paid by consumers. The role of excise duties is twofold: on one hand, they constitute an essential source of revenue for the state budget, and on the other hand, they are used to regulate the consumption of certain products that may have negative effects on health or the environment. Both the Republic of Moldova and Romania apply excise duties to similar categories of products; however, legislative and economic differences between the two countries influence the level and method of collecting these taxes. A comparative study of excise duties in these two countries is essential for understanding the impact of these taxes on the economy and consumer behavior. In this context, an analysis of the fiscal regulations in the Republic of Moldova and Romania will highlight both the similarities and differences between the two tax systems, providing a clear perspective on how excise duties contribute to economic development and the fiscal policy of each state.

Key Words: Excise duties, tax system, excisable products, tax system.

JEL CLASSIFICATION: M40, M41, M48

INTRODUCERE

Accizele sunt frecvent întâlnite în economiile de piață și reprezintă taxe incluse în prețul produselor vândute în interiorul unei țări. Acestea constituie o sursă semnificativă de venituri pentru bugetul public și se remarcă printr-un nivel înalt de eficiență fiscală, motiv pentru care este esențial ca ele să fie calculate cu precizie și înregistrate corect în contabilitate. În unele cazuri, achitarea accizelor este responsabilitatea persoanei sau a afacerii care produce mărfuri supuse accizelor. În alte cazuri, această responsabilitate îi revine persoanei sau afacerii care importă astfel de mărfuri. Aceste taxe joacă un rol important în politicile fiscale și economice ale statelor, influențând prețurile de consum, veniturile bugetare și comportamentul consumatorilor.

Această cercetare își propune să analizeze reglementările fiscale referitoare la accize din Republica Moldova și România, identificând asemănările și diferențele dintre cele două sisteme și evidențiind impactul acestora asupra economiei și consumatorilor. În cadrul acestei cercetări, se utilizează o varietate de metode, combinând atât abordările calitative, cât și cele cantitative, pentru a efectua o analiză detaliată a aspectelor teoretice.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Conform art. 119 al Codului Fiscal al Republicii Moldova, Accizele reprezintă „un impozit de stat care se percepe, direct sau indirect, asupra următoarelor mărfuri de consum: alcool etilic și băuturi alcoolice; tutun prelucrat; petrolul și derivatele lui; caviar și înlocuitori de caviar; parfumuri și apă de toaletă; mijloace de transport specificate în anexa nr. 2 la titlul IV „Accizele”, CF; alte mărfuri specificate în anexa nr.1 la titlul IV „Accizele”, CF.” (CF al Republicii Moldova, 2007).

Conform art. 335 al Legii nr. 227/2015 privind Codul fiscal al României, Accize sunt „taxe speciale percepute direct sau indirect asupra consumului următoarelor produse: alcool și băuturi alcoolice prevăzute la secțiunea a 4-a; tutun prelucrat prevăzut la secțiunea a 5-a; produse energetice și energie electrică prevăzute la secțiunile a 6-a și a 7-a.”.

Accizele sunt impozite indirecte aplicate unor categorii de produse care nu sunt de strictă necesitate, ci asigură un grad mai mare de confort sau care pot avea efecte asupra sănătății consumatorilor. Acestea sunt diferențiate în funcție de politica fiscală a fiecărui stat, variind de la produse de lux, cum ar fi bijuteriile și parfumurile, la produse care creează dependență, precum alcoolul și tutunul, și până la bunuri de consum cu utilizare extinsă, cum ar fi automobilele și electrocasnicele. Aceste taxe sunt impuse pentru a reglementa consumul unor produse cu impact asupra sănătății și mediului, dar și pentru a contribui la veniturile bugetare ale statului.

La procurarea mărfii supuse accizelor în scopul prelucrării/producerii altor mărfuri supuse accizelor, conform Codului fiscal al Republicii Moldova, suma accizelor poate fi trecută la reducerea datoriei față de buget. Trecerea în cont a accizelor poate avea loc doar cu respectarea condițiilor Titlului IV „Accizele” al CF al Republicii Moldova, care sunt următoarele (CF al Republicii Moldova, 2007):

1. Dreptul de trecere în cont are numai producătorul/prelucrătorul mărfurilor supuse accizelor care a utilizat ca materie primă mărfuri supuse accizelor. De aici rezultă că la entitate trebuie să existe un flux de intrări și de ieșiri de mărfuri supuse accizelor, prin care are loc transformarea lor calitativă;

2. Suma accizelor trecute în cont este egală cu mărimea accizelor calculate din cantitatea mărfurilor supuse accizelor, care a fost utilizată la prelucrarea sau producerea altor mărfuri supuse accizelor, conform normelor tehnologice, cu condiția că această sumă a accizelor a fost achitată și a fost indicată în factura fiscală;

3. Data trecerii în cont este momentul livrării (transportării) mărfurilor din încăperea de accize, care reprezintă totalitatea locurilor ce aparțin subiectului impunerii.

Republica Moldova implementează, de asemenea, politici de majorare a accizelor, în special pentru produsele din tutun și carburanți, în vederea alinierii la standardele europene și promovării sănătății publice. Conform politicii fiscale și vamale adoptate pentru anul 2025, accizele la țigarete au crescut la 1.081,43 lei plus 13%, dar nu mai puțin de 1.450,48 lei pentru 1.000 de bucăți. Această creștere graduală are ca obiectiv atingerea nivelului minim de accizare prevăzut de directivele europene, inclusiv în anul 2025 (CF al Republicii Moldova, 2007).

Interesul statului de a crește cotele accizelor este evident, însă o simplă majorare nu garantează atingerea celor două obiective principale. În loc să reducă consumul, majorarea accizelor poate avea efecte nedorite, determinând consumatorii fie să aloce mai puține resurse pentru alte produse, fie să se orienteze către alternative de calitate inferioară, dar mai ieftine. Mai grav, aceasta poate stimula contrabanda, consumatorii apelând la surse ilegale pentru a achiziționa produse accizabile la prețuri mai mici.

Există o clasificare a accizelor, abordată în fiscalitatea română:

1. **Accizele armonizate** sunt taxe speciale aplicate direct sau indirect asupra consumului anumitor categorii de produse, printre care:

- Alcool și băuturi alcoolice;
- Tutun prelucrat;
- Produse energetice și electricitate (Legea nr. 227/2015 privind CF al României, 2024).

2. **Accizele nearmonizate** sunt taxe speciale impuse unor produse specifice, precum:

- Produsele din tutun care, prin încălzire, generează un aerosol inhalabil fără combustie;
- Lichidele cu nicotină utilizate pentru inhalare, fără arderea amestecului (Legea nr. 227/2015 privind CF al României, 2024).

În România, nivelul accizelor este reglementat prin Codul Fiscal și este actualizat periodic pentru a reflecta inflația și alinierea la standardele europene. Conform Ministerului Finanțelor, în-

cepând cu 1 aprilie 2025, accizele pentru produsele din tutun prelucrat, precum țigăretele, țigările de foi și tutunul destinat rulării în țigărete, vor fi majorate. Această măsură are ca scop descurajarea consumului de tutun și alinierea la directivele europene în materie de sănătate publică (Regim accize în România, 2024).

Tabelul 1. Cotele accizelor pentru produse de larg consum în România și Moldova

Nr.	Produs	Cota accizelor în Republica Moldova		Cota accizelor în România	
		UM	Valoarea MDL	UM	Valoarea RON
1	Bere	litru	3,05 lei	hl/1 grad Plato	2,65 lei
2	Alcool etilic nedenaturat cu titru alcoolic volumic de minimum 80%, alcool etilic și alte distilate denaturate	litru alcool absolut	132,27 lei	-	-
3	Alcool etilic nedenaturat cu titru alcoolic volumic sub 80%, distilate, rachiiuri, lichioruri și alte băuturi spirtoase	litru alcool absolut	132,27 lei	hl de alcool pur	2416,72 lei
4	Țigărete care conțin tutun: – cu filtru	1000 bucăți	1081,43 lei +13%	1000 bucăți	591,25 lei
5	Uleiuri (distilate) ușoare și medii	tonă	8837,49 lei	-	-
6	Motorină	tonă	3718,64 lei	tonă	2742,76 lei
7	Păcură	tonă	409 lei	tonă	108,50 lei
8	Propan, butan, etilenă, propilenă, butilenă și butadienă	tonă	4144 lei	tonă	2000 lei
9	Benzină fără plumb	tonă	578,16 lei	tonă	3284,13 lei

Sursa: Elaborat de autor în baza Codului Fiscal al României și Republicii Moldova

Notă: UM – unitatea de măsură. 1 hl (hectolitru)=100 litri

Pentru declararea accizelor în Republica Moldova se utilizează *Declarația privind accizele* (Forma ACZ 04), care trebuie prezentată cel târziu în ultima zi a lunii următoare celei în care a fost efectuată expedierea (transportarea) mărfurilor supuse accizelor.

În vederea declarării accizelor în România se completează lunar *Declarație privind obligațiile de plată la bugetul de stat* (formularul 100). Pentru declararea anuală se depune *Decontul de accize* (formular 120).

Pentru achitarea accizelor, contribuabilii trebuie să respecte termenele stabilite de legislația fiscală în vigoare, evitând astfel penalitățile și dobânzile de întârziere. De asemenea, în ambele țări, autoritățile fiscale pot efectua controale pentru verificarea conformității cu obligațiile de declarare și plată a accizelor, impunând sancțiuni în cazul constatării unor nereguli.

CONCLUZII / RECOMANDĂRI

Comparând nivelul accizelor între cele două țări, se observă că atât Republica Moldova, cât și România, urmează tendințe de majorare a taxelor pe produsele din tutun și carburanți, în conformitate cu directivele europene. Cu toate acestea, valorile specifice ale accizelor diferă, reflectând particularitățile economice și fiscale ale fiecărei țări.

Introducerea accizelor are la bază, în primul rând, obiectivele financiare ale statului. Totuși, acest tip de impozit are și un caracter social, fiind conceput pentru a descuraja consumul produselor dăunătoare sănătății. De asemenea, ajustarea periodică a nivelului accizelor este un instrument folosit de guverne pentru a menține competitivitatea pieței și a preveni distorsiunile economice.

În concluzie, reglementările privind accizele în Republica Moldova și România sunt într-o continuă evoluție, adaptându-se atât cerințelor economice, cât și necesității de aliniere la standardele europene. Modificările recente reflectă eforturile autorităților de a combate evaziunea fiscală și de a

asigura o colectare eficientă a veniturilor bugetare, menținând totodată un echilibru între interesele economice și protecția consumatorilor.

REFERINȚE:

1. Bucur, V., & Graur, A. (2016). *Contabilitatea impozitelor, teorie și practică*. Chișinău: ASEM.
2. Cazacu, A., & Levințe, D. (2017). *Influența accizelor asupra formării prețurilor*.
https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/158-159.pdf.
3. Cod Fiscal al Republicii Moldova nr. 1163 din 24.04.1997. (2007). *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, ediție specială. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138613&lang=ro.
4. Grigoroii, L., Lazari, L., & alți autori. (2021). *Contabilitatea întreprinderii* (Ediția a III-a, revăzută și completată). Chișinău: ASEM.
5. Gulca, L. (2017). *Accizele ca modalitate a impunerii fiscale și dreptului fiscal*. Chișinău: USEM.
6. Legea contabilității și raportării financiare, nr. 287 din 15.12.2017. (2017). *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 1-6, art. 22. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136356&lang=ro.
7. Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal al României. (2024). Ultima actualizare: *Ordonanța de Urgență a Guvernului* nr. 156/2024. Ediție adnotată cu Normele metodologice aprobate prin H.G. 1/2016, ultima actualizare: H.G. nr. 1393/2024. https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/legislatie/Cod_fiscal_norme_2023.htm.
8. Nacu, V. (2015). *Armonizarea cadrului legal al Republicii Moldova privind accizele la prevederile legislative internaționale și aplicări ale acestora în evidența contabilă a entităților*. ASEM
9. Regim accize în România pentru anul 2025 (conform *Ministerul Finanțelor*). (2024).
https://mfinante.gov.ro/static/10/Mfp/accize/tabel1_regimaccize27112024.pdf.
10. Cotele accizelor în Republica Moldova pentru anul 2025 (conform *SFS*). (2025).
<https://sfs.md/uploads/governmentdata/17/document/anul-2025pdf-6711054a48938.pdf>.

Coordonator științific: CURAGĂU Natalia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: curagau.natalia.zaharia@ase.md

DISTORTION OF FINANCIAL STATEMENTS: STRATEGIES USED AND DETECTION MECHANISMS COORDONATOR ȘTIINȚIFIC

DISTORSIONAREA SITUAȚIILOR FINANCIARE: STRATEGII UTILIZATE ȘI MECANISME DE DETECTARE

DORMENCO Lidia, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: dormenco.lidia@ase.md

Abstract: *The distortion of financial statements is a significant issue in the financial-accounting field, with wide-reaching implications for economic decision-making, investor confidence, and the stability of financial markets. This article investigates the primary strategies used to manipulate financial data, such as erroneous revenue recognition techniques, overvaluation of assets, and the undervaluation of liabilities. These manipulative practices can lead to a misleading portrayal of a company's financial health, which may impact critical decisions made by investors, creditors, and other stakeholders. In addition to examining these strategies, the article explores modern mechanisms for detecting such practices, including advanced data analysis tools, financial indicators, and forensic auditing methods. Through the application of these detection methods, auditors and regulatory authorities can uncover fraudulent activities and ensure greater transparency in financial reporting. The research underscores the importance of adhering to rigorous reporting standards and maintaining financial transparency to foster trust in capital markets and mitigate the risk of financial manipulation.*

Keywords: *financial distortion, financial reporting, forensic audit, transparency, accounting manipulation*

JEL CLASSIFICATION: M41, M42, G34

INTRODUCERE

Integritatea raportărilor financiare este esențială pentru funcționarea piețelor de capital. Cu toate acestea, numeroase entități economice recurg la practici contabile agresive pentru a-și îmbunătăți artificial performanțele financiare. Această distorsionare a situațiilor financiare afectează încrederea investitorilor și poate avea consecințe grave asupra stabilității economice. Studiul analizează unele strategii pentru falsificarea informațiilor contabile și mecanismele prin care acestea pot fi detectate și prevenite.

SUCCINTĂ ANALIZĂ A SURSELOR BIBLIOGRAFICE ÎN DOMENIUL PROBLEMEI CERCETATE

În scopul realizării acestui articol, autorul s-a concentrat pe analiza teoretică și aplicarea unor tehnici de investigare a distorsionării situațiilor financiare și a mecanismelor de detectare a acestora.

Cercetarea s-a realizat o analiză extinsă a literaturii de specialitate și aferente tehnicilor de distorsionare a datelor financiare și la mecanismele de detectare a fraudei. Studiile efectuate în acest domeniu de către alți cercetători au oferit o bază solidă pentru înțelegerea fenomenului de manipulare financiară, punând accent pe tehnicile utilizate în diferite industrii și pe instrumentele folosite pentru identificarea acestora.

În cadrul acestei cercetări au fost identificate și descrise principalele tehnici de distorsionare a situațiilor financiare, inclusiv manipularea veniturilor, modificarea activelor și pasivelor, precum și utilizarea contabilității creative. Tehnicile enumerate au un impact separat pe care îl poate avea asupra raportărilor financiare și a modului în care poate fi detectată de autoritățile competente și auditori.

Cercetarea sa explorat și metodele de detectare a fraudelor financiare, punând un accent deosebit pe auditul financiar, utilizarea inteligenței artificiale și rolul reglementărilor internaționale. Astfel putem determina punctele forte și limitele tehnicilor enumerate mai sus, precum și modul în care acestea pot contribui la prevenirea și identificarea distorsiunilor financiare.

DESCRIEREA METODELOR DE CERCETARE UTILIZATE

Distorsionarea situațiilor financiare reprezintă un fenomen prin care informațiile financiare prezentate de o companie sunt modificate intenționat, cu scopul de a induce în eroare utilizatorii acestor date.

Distorsionarea situațiilor financiare se poate realiza prin diverse metode:

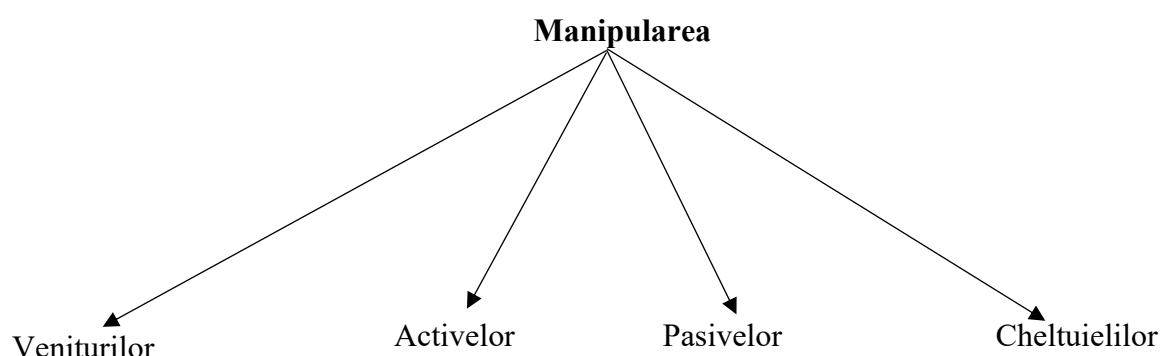


Figura 1. Metode de distorsionare a situațiilor financiare

Sursa: (Beneish, 1999)

Un exemplu comun de distorsionare este recunoașterea prematură a veniturilor sau amânarea înregistrării anumitor cheltuieli, ceea ce poate face ca performanța financiară a companiei să pară mai bună decât în realitate. (Beneish, 1999) De asemenea, activitățile de manipulare a activelor și pasivelor, cum ar fi supralicitarea valorii acestora sau subestimarea datoriilor, sunt tehnici frecvent întâlnite în scopul îmbunătățirii indicatorilor financiari, precum raportul datoriei/capital propriu sau rentabilitatea activelor.

În acest context, contabilitatea creativă joacă un rol semnificativ, deoarece permite companiilor să aplice tehnici contabile care, deși nu sunt neapărat ilegale, pot duce la o interpretare eronată a realității financiare. De exemplu, utilizarea unor principii contabile flexibile sau ambigue poate face ca rezultatele financiare să fie prezentate într-un mod care maschează adevăratele condiții economice ale unei entități. În unele cazuri, distorsionările financiare se pot transforma într-o fraudă financiară, atunci când există manipularea deliberată și ilegală a datelor, cum ar fi falsificarea documentelor sau înregistrarea unor tranzacții fictive pentru a ascunde pierderile sau a crea o imagine falsă a solvabilității companiei. (Dechow & Schrand, 2010)

Cauzele distorsionării situațiilor financiare sunt multiple și variază în funcție de contextul economic și organizațional. Una dintre principalele motivații este presiunea de a îndeplini obiective financiare, fie pentru a satisface așteptările pieței financiare, fie pentru a atinge ținte stabilite de conducerea companiei. În multe cazuri, distorsionarea datelor financiare poate fi determinată și de dorința de a obține evaluări mai favorabile din partea agențiilor de rating sau de a atrage investitori prin prezentarea unor rezultate financiare aparent favorabile. Alte cauze includ tentativa de a reduce taxele prin manipularea cheltuielilor sau de a ascunde nereguli interne sau furturi de fonduri. (Healy & Wahlen, 1999). Aceste motivații conduc la practici financiare care subminează transparența și încrederea în raportările financiare.

În plus, distorsionarea informațiilor financiare poate avea consecințe severe asupra piețelor de capital, afectând deciziile de investiții și generând instabilitate economică. Investitorii, bazându-se pe date inexacte, pot lua decizii financiare eronate, ceea ce poate duce la pierderi financiare sem-

nificative. De asemenea, creditorii pot fi induși în eroare cu privire la capacitatea unei companii de a-și onora obligațiile financiare, crescând astfel riscurile de insolvabilitate.

Un alt efect negativ este deteriorarea încrederii publicului în sistemul financiar și în reglementările existente. Atunci când sunt descoperite cazuri majore de fraudă financiară, acestea pot determina autoritățile de reglementare să înnăsprească normele contabile și să impună cerințe mai stricte privind transparența raportărilor financiare. Pe termen lung, aceste măsuri pot contribui la reducerea riscului de manipulare financiară, însă nu elimină complet posibilitatea apariției unor practici înșelătoare.

În acest sens, implementarea unor mecanisme eficiente de audit și control intern devine esențială pentru prevenirea și detectarea timpurie a distorsionărilor financiare. Utilizarea tehnologiilor moderne, precum analiza datelor și inteligența artificială, poate facilita identificarea anomaliilor în raportările financiare și poate spori eficiența procesului de audit. Totodată, promovarea unei culturi organizaționale bazate pe etică și responsabilitate contribuie la descurajarea comportamentelor frauduloase și la menținerea integrității financiare.

Tabelul 1. Beneficiile și valențele aplicării strategiilor de detectare a distorsionării situațiilor financiare

Beneficiile strategiilor de detectare a distorsionării	Valențe formative ale strategiilor de detectare
Identificarea timpurie a fraudelor financiare	Creșterea gradului de conștientizare asupra riscurilor financiare
Prevenirea manipulării financiare	Îmbunătățirea abilității de a evalua corect riscurile financiare
Creșterea transparenței în raportările financiare	Consolidarea abilității de a aplica reglementările internaționale în domeniul financiar
Reducerea riscului de penalizări legale și fiscale	Dezvoltarea gândirii analitice și critice în evaluarea situațiilor financiare
Asigurarea unei imagini corecte și fidele a performanței financiare	Îmbunătățirea abilității de a formula recomandări pentru prevenirea fraudelor
Promovarea unui comportament etic în cadrul organizațiilor	Stimularea colaborării între auditorii financiari și autoritățile de reglementare

Sursa: (Dechow, 2010)

REZULTATELE OBȚINUTE

O abordare inovativă în detectarea distorsionării situațiilor financiare constă în utilizarea tehnologiilor 357ecuri de analiză a datelor și instrumentelor de audit informatizat. Aceste metode permit auditorilor să identifice anomalii financiare și să detecteze comportamente suspecte într-un mod mult mai 357ecurit decât prin metodele tradiționale de audit. Utilizarea software-urilor specializate pentru analiza tranzacțiilor financiare și evaluarea riscurilor 357ecurit cu fraudarea este esențială pentru prevenirea distorsionării situațiilor financiare. Tehnologiile avansate facilitează identificarea unor patternuri ascunse și semnale de alarmă care ar putea indica 357ecurita contabile neetice sau chiar frauduloase. Prin integrarea acestor instrumente, 357ecurit pot evalua rapid și 357ecurit datele financiare, reducând semnificativ riscurile de manipulare a acestora.

Această abordare contribuie, de asemenea, la îmbunătățirea procesului 357ecuritate al autorităților de reglementare și al investitorilor, oferindu-le o sursă mai sigură pentru a evalua performanța financiară a companiilor. În plus, tehnologiile emergente, cum ar fi inteligența artificială și învățarea 357ecurita, sunt utilizate pentru a dezvolta sisteme de monitorizare 357ecurita care pot detecta modificările subtile ale comportamentului financiar al unei entități. Aceste tehnologii permit identificarea automată a unor tendințe suspecte, analizând volume mari de date în timp real.

Un alt avantaj major al acestor tehnologii este capacitatea de a reduce timpul necesar pentru efectuarea unui audit detaliat. Spre deosebire de metodele 357ecuri tradiționale, analiza automatizată a datelor poate identifica rapid tranzacțiile suspecte, economisind resurse importante pentru com-

panii și auditori. Această eficiență crescută permite o mai bună alocare a resurselor și focalizarea pe zonele cu risc ridicat.

Totodată, utilizarea tehnologiilor 358ecuri contribuie la creșterea transparenței și a încâtării publicului față de sectorul financiar. Accesul mai facil la date sigure și analize corespunzător oferă investitorilor mai multă încredere în companiile în care aleg să investească. De asemenea, reglementatorii beneficiază de instrumente mai avansate pentru a depista rapid neregulile și pentru a interveni prompt în cazul unor fraude sau raportări incorecte.

Adoptarea acestor metode avansate nu este lipsită de provocări. Unul dintre principalele obstacole este costul ridicat al implementării acestor sisteme, 358ecurit poate reprezenta o barieră pentru companiile mici și mijlocii. De asemenea, necesitatea de a forma specialiști în utilizarea acestor tehnologii poate implica un 358ecurit de adaptare mai lung. Cu toate acestea, beneficiile pe termen lung depășesc costurile inițiale, asigurând o mai bună protecție împotriva fraudei financiare și a practicilor contabile neconforme.

Pe măsură ce tehnologia 358ecurita să evolueze, metodele de detectare a distorsionării financiare devin din ce în ce 358ecuritate 358e. Integrarea soluțiilor bazate pe blockchain, de exemplu, poate adăuga un nivel suplimentar de 358ecuritate și trasabilitate a datelor financiare. Prin utilizarea registrelor distribuite, companiile pot asigura o mai mare transparență și integritate a informațiilor contabile.

CONCLUZII

Adoptarea și implementarea strategiilor avansate de detectare a distorsionării situațiilor financiare reprezintă un pas esențial în îmbunătățirea transparenței financiare și în prevenirea fraudelor contabile. Tehnologiile moderne, cum ar fi analizele de date, auditul informatizat și utilizarea inteligenței artificiale, permit identificarea rapidă a anomaliilor și reducerea riscurilor asociate cu practicile financiare neetice. Aceste metode nu doar că protejează integritatea financiară a entității, dar contribuie și la dezvoltarea competențelor analitice și a profesionistilor din domeniul financiar. Implementarea acestor strategii în procesul de audit financiar și în cadrul reglementărilor internaționale este esențială pentru o gestionare eficientă a riscurilor financiare și pentru menținerea încrederii investitorilor și a părților interesate.

REFERINȚE:

1. Albrecht, C. C., & Albrecht, W. S. (2002). *Fraud Examination*. Thomson Learning.
2. Beneish, M. D. (1999). The detection of earnings manipulation. *Financial Analysts Journal*, 55(5), 24-36.
3. Dechow, P., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3), 344-401.
4. Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.
5. Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193-228.
6. Kogan, A., & Sudit, E. (2007). A framework for forensic accounting: The role of the auditor. *International Journal of Accounting and Information Management*, 15(4), 27-40.

Coordonator științific: BAJAN Maia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bajan.maia@ase.md

ACCOUNTING FOR PROVISIONS IN ACCORDANCE WITH INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS

CONTABILITATEA PROVIZIOANELOR CONFORM STANDARDELOR INTERNAȚIONALE DE RAPORTARE FINANCIARĂ

LUCHIAN Valeria, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: luchian.valeria@ase.md

Abstract: Accounting for provisions in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS), particularly IAS 37, ensures the prudent recognition of present obligations resulting from past events. Recognition is conditioned by the probability of future outflows of resources and the ability to reliably estimate the obligation's value. IFRS requires regular reassessment and, where applicable, discounting to present value, offering greater precision and transparency compared to national accounting standards. Differences between IFRS and the Moldovan SNC highlight the impact of regulatory frameworks on the quality of financial reporting. Provisions play a vital role in risk management and financial stability, contributing to fair presentation and the comparability of financial statements in an international context. The distinction between provisions, contingent liabilities, and contingent assets is essential for ensuring a balanced presentation of financial obligations. Accurate estimation methods, based on historical data and professional judgment, support the credibility of financial information. The adoption of IFRS enhances the comparability of financial statements across jurisdictions and strengthens investor confidence. Proper application of IAS 37 helps entities manage uncertainty and meet international expectations of transparency and accountability in financial reporting.

Key words: Provisions, Financing decisions, Financial Reporting, Financial stability, Risk Assessment

JEL CLASSIFICATION: M41

INTRODUCERE

În contextul modern al raportării financiare, importanța recunoașterii corecte a obligațiilor viitoare este vitală pentru asigurarea unei imagini fidele a poziției financiare a entităților economice. Una dintre cele mai semnificative categorii de obligații viitoare și incerte o constituie provizioanele, care, potrivit Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (Standarde Internaționale de Raportare Financiară, 2008), reprezintă datoriile cu scadență sau valoare incertă, dar suficient de probabile pentru a fi recunoscute contabil.

Provizioanele sunt utilizate pentru a reflecta în contabilitate costuri anticipate, precum cheltuieli legate de garanții acordate, litigii, demontarea și reabilitarea activelor, restructurări sau alte obligații asumate legal sau contractual. Spre deosebire de datoriile certe, provizioanele implică incertitudine privind momentul de decontare sau valoarea exactă a ieșirii de resurse. Recunoașterea lor este reglementată de IAS 37 – „Provizioane, datorii contingente și active contingente” (Standarde Internaționale de Raportare Financiară, 2008), care impune respectarea unor condiții clare: existența unei obligații prezente, probabilitatea ca decontarea să implice o ieșire de resurse și posibilitatea realizării unei estimări credibile.

În Republica Moldova, contabilitatea provizioanelor este guvernată de Standardele Naționale de Contabilitate (Standarde Naționale de Contabilitate, 2013), care preiau o parte semnificativă din principiile IFRS, însă aplicarea acestor standarde este, în practică, mai flexibilă. Diferențele dintre IFRS și SNC în ceea ce privește provizioanele nu se referă doar la fundamentul teoretic, ci și la modul concret de evaluare, actualizare și prezentare a acestora în situațiile financiare.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analizând literatura de specialitate dedicată acestui aspect se observă o preocupare constantă a cercetătorilor în direcția armonizării practicilor contabile cu cerințele internaționale, în vederea creșterii transparenței și comparabilității informațiilor financiare. Lucrările autorilor Grigori L. și Dima M. (Grigori & Dima, 2010), (Григорой & Дима, 2009) Feleaga L. (Feleaga, Feleaga, & Dumitrașcu, 2017) și Țurcanu V. (Țurcanu & Golocialova, 2015) oferă perspective valoroase asupra modului în care implementarea IFRS contribuie la îmbunătățirea calității raportărilor financiare, punând accent pe recunoașterea și evaluarea corectă a elementelor patrimoniale, inclusiv a provizioanelor, în contextul unui cadru normativ dinamic. Totodată, aceștia evidențiază provocările întâmpinate de entități în procesul de tranziție, în special cele legate de interpretarea principiilor bazate pe judecată profesională, specifică standardelor internaționale.

În opinia unor autori (Slobodzean, 2020), dar și din perspective IAS 37 (Standarde Internaționale de Raportare Financiară, 2008) recunoașterea provizioanelor are loc doar atunci când sunt îndeplinite cumulativ trei condiții: existența unei obligații prezentă, generată de un eveniment anterior; o probabilitate ridicată a unei ieșiri de resurse necesare pentru onorarea obligației; și posibilitatea realizării unei estimări credibile a valorii obligației. În plus, standardul impune actualizarea valorii provizionului dacă perioada până la decontare este mai mare și efectul valorii în timp a banilor este semnificativ.

Evaluarea provizionului trebuie să se bazeze pe cele mai bune estimări disponibile, realizate prin consultarea documentelor contractuale, a datelor istorice și a experienței profesionale. Estimările pot fi realizate folosind metode statistice, calcule medii ponderate sau scenarii alternative, în funcție de complexitatea și natura obligației (Feleaga, Feleaga, & Dumitrașcu, 2017).

Un aspect distinctiv în cadrul IAS 37 (Standarde Internaționale de Raportare Financiară, 2008) este cerința de a lua în considerare toate riscurile și incertitudinile legate de estimarea obligației. În cazul în care există o plajă de valori posibile, se va utiliza valoarea cea mai probabilă sau media ponderată a tuturor rezultatelor posibile. Provizioanele trebuie reevaluate la fiecare dată de raportare, iar orice ajustare se recunoaște în contul de profit și pierdere al perioadei respective.

În comparație, SNC (Standarde Naționale de Contabilitate, 2013) păstrează aceleași principii generale de recunoaștere a provizioanelor, dar nu impune actualizarea valorii, iar cerințele legate de documentarea estimărilor și prezentarea în notele explicative sunt mai generale. Astfel, aplicarea în practică poate conduce la diferențe semnificative în cuantumul și dinamica provizioanelor recunoscute, în funcție de cadrul normativ utilizat. Pentru a evidenția diferențele esențiale dintre cele două abordări, în tabelul 1 este prezentată informația generalizată comparativă.

Tabelul 1. Diferențe esențiale între IFRS (IAS 37) și SNC în recunoașterea provizioanelor

Aspect	IFRS	SNC
Condiții de recunoaștere	Obligație prezentă, probabilitate, estimare fiabilă	Similare cu IFRS
Evaluare	Estimare actualizată, dacă este cazul	Estimare nominală
Revizuire periodică	Obligatorie la finele perioadei de gestiune	Opțională
Actualizare	Aplicabilă când valoarea în timp a banilor este semnificativă	Nu este prevăzută
Prezentare în note	Detaliată, cu explicații privind metodele de estimare	Generală, mai sumară

Sursa: (Slobodzean, 2020)

În practică, un exemplu frecvent este constituirea unui provizion pentru acoperirea costurilor din perioada de garanție aferente produselor vândute. Vom analiza un astfel de caz concret: În anul N, o entitate din domeniul comercializării de aparate electronice a vândut 3 800 de unități, fiecare având o garanție contractuală de 12 luni. Pe baza datelor din anii anteriori, compartimentul tehnic estimează că 81% dintre produse nu vor necesita intervenții, 14% vor avea defecte minore ce pot fi remediate la un cost de 110 u.m./unitate, iar 5% vor necesita înlocuire completă, la un cost de 2 200 u.m./unitate.

Tabelul 2: Estimarea provizionului pentru obligațiile din perioada de garanție

Situație estimată	Pondere estimată	Număr unități	Cost unitar (u.m.)	Valoare totală (u.m.)
Fără defecte	81%	3078	0	0
Defecte minore	14%	532	110	58520
Defecte majore	5%	190	2200	418000
Total provizion estimat	-	-	-	476520

Sursa: elaborat de autor din surse proprii

Pentru calculul valorii totale a provizionului, se aplică estimările astfel: $532 \text{ unități} \times 110 \text{ u.m.} = 58.520 \text{ u.m.}$ pentru defecte minore, și $190 \text{ unități} \times 2.200 \text{ u.m.} = 418.000 \text{ u.m.}$ pentru defecte majore. Totalul rezultat este de 476 520 u.m. Această sumă trebuie recunoscută ca provizion în exercițiul N, întrucât toate condițiile impuse de IAS 37 sunt îndeplinite.

Înregistrarea contabilă este următoarea:

Debit contul 712 „Cheltuieli comerciale” – 476 520 u.m.

Credit contul 538 „Provizioane curente” – 476 520 u.m.

Această recunoaștere contribuie la respectarea principiului prudenței și la prezentarea fidelă a situației financiare. Dacă entitatea aplică IFRS, se va analiza și necesitatea actualizării valorii provizionului. În cazul nostru, deoarece cheltuielile sunt anticipate pentru anul imediat următor, actualizarea nu este obligatorie. Totuși, la sfârșitul anului N+1, provizionul va fi comparat cu cheltuielile reale efectuate. Dacă diferențele sunt semnificative, acestea vor fi recunoscute în contul de profit și pierdere al exercițiului respectiv (Grigori, 2021).

În practica entităților care aplică SNC, estimarea se realizează la valoarea nominală și, de cele mai multe ori, fără actualizare sau revizuire formală. Acest lucru poate duce la diferențe semnificative între provizioanele recunoscute conform IFRS și cele recunoscute conform SNC, mai ales în cazul obligațiilor de lungă durată sau în industriile cu grad ridicat de risc (energie, construcții, producție de echipamente) (Standarde Naționale de Contabilitate, 2013).

Totodată, în conformitate cu literatura de specialitate, provizioanele se pot constitui nu doar pentru garanții comerciale, ci și pentru ieșirea imobilizărilor corporale (demonstrare, refacere a amplasamentului), litigii în curs, restructurări sau alte obligații viitoare probabile. Regula de recunoaștere este similară între SNC și IAS 37, diferența fiind modul de evaluare și cerințele de transparență în prezentare (Grigori, 2021).

Un element important reglementat de IAS 37 este delimitarea clară dintre provizioane, datorii contingente și active contingente, fiecare având tratamente contabile distincte. În timp ce provizioanele sunt recunoscute în bilanț atunci când sunt îndeplinite condițiile de recunoaștere, datoriile contingente și activele contingente nu se recunosc, ci doar se dezvăluie în notele explicative, dacă este cazul. Această abordare consolidează principiul prudenței și reflectă o atitudine conservatoare în raportarea poziției financiare.

Datoriile contingente apar în situații în care există o obligație posibilă sau chiar o obligație actuală, dar în care fie probabilitatea unei ieșiri de resurse este redusă, fie nu poate fi realizată o estimare credibilă a valorii acesteia. În asemenea cazuri, IFRS interzice recunoașterea în bilanț și solicită doar prezentarea în note, pentru a nu induce în eroare utilizatorii situațiilor financiare. Similare, activele contingente sunt drepturi posibile ce vor fi confirmate doar de apariția unor evenimente viitoare incerte, iar standardul interzice recunoașterea lor până la materializarea efectivă (Feleaga, & Dumitrașcu, 2017).

IAS 37 reglementează în mod specific și provizioanele pentru contracte cu titlu oneros, adică acele contracte în care costurile inevitabile de executare depășesc beneficiile economice estimate. În asemenea cazuri, provizionul se recunoaște pentru diferența dintre cost și beneficiu, iar acest aspect este frecvent întâlnit în practică, mai ales în contractele de furnizare pe termen lung în condiții economice volatile.

De asemenea, un capitol distinct în cadrul standardului este tratamentul provizioanelor pentru restructurări. Acestea pot fi recunoscute doar dacă entitatea are un plan detaliat și oficial de restructurare și dacă a creat așteptări justificate în rândul celor afectați (salariați, clienți, furnizori) privind implementarea acestuia. Cheltuielile incluse trebuie să fie directe și exclusiv legate de restructurare, excluzând elemente precum marketingul sau investițiile în tehnologii noi, care țin de activitatea curentă (Slobodzean, 2020).

Mai mult, evaluarea provizioanelor trebuie realizată la valoarea actualizată a cheltuielilor viitoare, atunci când efectul valorii în timp este semnificativ. Rata de actualizare utilizată trebuie să reflecte evaluările curente de pe piață privind valoarea banilor în timp și riscurile specifice obligațiilor. Această cerință asigură o prezentare realistă și comparabilă a pasivelor pe termen lung, contribuind la relevanța informației contabile furnizate.

Este important de menționat că provizioanele nu trebuie utilizate în mod arbitrar. IAS 37 impune ca un provizion să fie utilizat exclusiv pentru scopul pentru care a fost inițial constituit. Această regulă previne manipularea rezultatului exercițiului și consolidarea unei raportări financiare transparente și responsabile (Grgoroi, 2021).

CONCLUZII

Contabilitatea provizioanelor, reglementată de IAS 37, oferă entităților un cadru clar și riguros pentru recunoașterea obligațiilor viitoare, asigurând transparență și prudență în raportarea financiară. Respectarea condițiilor impuse de standard contribuie la o prezentare echilibrată a poziției financiare, evitând atât supraevaluarea performanței economice, cât și omisiunea unor riscuri semnificative.

Abordarea IFRS în ceea ce privește estimarea, actualizarea și prezentarea provizioanelor se dovedește superioară din perspectiva clarității și a calității informației contabile oferite. Prin comparație, SNC menține aceleași principii de fond, însă aplicarea lor este mai flexibilă, ceea ce poate afecta comparabilitatea și relevanța datelor prezentate.

Aplicarea consecventă a acestor standarde contabile devine o condiție esențială pentru credibilitatea entității, în special într-un mediu economic marcat de incertitudini și expunere la riscuri. Provizioanele nu mai reprezintă doar un pasiv estimat, ci o expresie a capacității entității de a-și asuma și gestiona responsabil obligațiile viitoare.

Adoptarea IFRS contribuie la modernizarea raportărilor financiare și la consolidarea disciplinei contabile, asigurând un echilibru între cerințele teoretice și realitățile economice.

REFERINȚE:

1. Feleaga, L., Feleaga, N., & Dumitrașcu, L. (2017). *Contabilitate financiară conform IFRS*. București: ASE.
2. Grigoroi, L. ș.a. (2021). *Contabilitatea întreprinderii*. Chișinău: Cartier.
3. Grigoroi, L., & Dima, M. (2010). Particularitățile creării și evidenței provizioanelor conform IFRS. *În Lucrări științifice, Vol. 27: Contabilitate*, 28-33.
4. Slobodzean, A. (2020). Contabilitatea provizioanelor: abordări naționale și internaționale. *Culegere de articole științifice, Conferință științifică internațională, Provocările contabilității în viziunea tinerilor cercetători*. https://caae.ase.md/files/caae/conf/conf_12.03.20.pdf.
5. Standarde Internaționale de Raportare Financiară. (2008, 02 29). *Monitorul Oficial*. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=15892&lang=ro#.
6. Standarde Naționale de Contabilitate. (2013). *Monitorul oficial al Republicii Moldova*. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=131868&lang=ro#.
7. Țurcanu, V., & Golocialova, I. (2015). *Raportarea financiară conform standardelor internaționale*. Chisinau: ACAP.
8. Григорой, Л., & Дима, М. (2009). *МСФО: Практическое применение для руководителей и главных бухгалтеров*. Chisinau: Universul.

Coordonator științific: GRIGOROI Lilia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: lilia.grigoroi@ase.md

IFRS – A COMMON LANGUAGE FOR GLOBAL BUSINESS

IFRS – UN LIMBAJ COMUN PENTRU AFACERI LA NIVEL GLOBAL

ROȘU Anastasia, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: rosu.anastasia@ase.md

Abstract: *International Financial Reporting Standards (IFRS) are globally recognized accounting framework that enhances financial transparency and comparability across countries. Serving as a common language for business, IFRS standardizes financial reporting across borders, ensuring credibility and facilitating cross-border communication. This research explores the significance of IFRS in the context of economic globalization and analyzes its impact on financial markets and investment decisions. By reviewing relevant literature, examining methodologies employed in the adoption of IFRS, and conducting legislative and comparative analyses, the study highlights both the benefits, such as reduced capital costs and enhanced investor confidence, and the challenges, such as local regulatory discrepancies and the need for ongoing professional training. The findings underscore the necessity for continuous legislative updates and comprehensive training programs to achieve effective convergence of accounting standards worldwide.*

Keywords: *IFRS, business, international accounting, financial reporting*

JEL CLASSIFICATION: M41, M48

INTRODUCERE

Standardele Internaționale de Raportare Financiară (în continuare IFRS) au un rol major, în globalizarea piețelor financiare și creșterea independenței economice, fiind un instrument de referință în unificarea practicilor contabile la nivel global, ce permite entităților să prezinte situațiile financiare transparente și comparabile. Importanța de a adopta IFRS crește considerabil pe măsură ce entitățile sunt în căutare de acces la piețele internaționale de capital, devenind o necesitate pentru companiile din întreaga lume. Adoptarea IFRS facilitează comunicarea între potențialii investitori, creditori și alții, astfel asigurând un limbaj comun pentru raportare financiară. Aplicarea standardelor date, contribuie la reducerea riscurilor de manipulare contabilă și la sporirea încrederii în informațiile financiare publicate de companii. Cercetarea dată are ca scop analiza impactului IFRS asupra afacerilor la nivel global, subliniind, astfel, beneficiile și provocările implementării acestor standarde. Într-un mediu economic, în continuă evoluție, armonizarea standardelor contabile contribuie la creșterea încrederii în piețele financiare și la reducerea riscurilor informaționale. Obiectivele principale ale cercetării constau în: analiza avantajelor și dezavantajelor aplicării IFRS la nivel global; examinarea impactului asupra piețelor financiare; provocările întâmpinate de entități în aplicarea IFRS și identificarea recomandărilor pentru a îmbunătăți procesul de adoptare a IFRS. Această cercetare va contribui la înțelegerea faptului că IFRS este un instrument comun pentru afaceri la nivel global.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Pentru sublinierea importanței adoptării IFRS, în calitate de instrument comun pentru afaceri la nivel global, am utilizat următoarele surse: acte normative, precum, Legea contabilității și raportării financiare (Parlamentul R.M., 2017), Standardele Internaționale de Raportare Financiară (Ministerul Finanțelor, 2008), Directiva 2013/34/UE (European Union, 2013) și Regulamentul (CE) nr. 1606/2002 (European Union, 2002), reprezentând niște piloni legali care asigură implementarea IFRS, astfel facilitând convergența normelor contabile. Avizul Comitetului Economic și Social pri-

vind „Propunerea de regulament al Parlamentului European și al Consiliului privind aplicarea standardelor internaționale de contabilitate” completează cadrul legislativ prin recomandări și sfaturi pentru aplicarea standardelor internaționale de contabilitate. La fel, în cadrul cercetării au fost consultate publicațiile autorilor autohtoni (Bajan & Sîrbu, 2021) care oferă perspective complementare asupra tendințelor globale în adoptarea IFRS, precum și publicații online (Dona, 2023) cu ajutorul cărui prin documentarea despre evoluția IFRS se vor prezenta argumente în favoarea unui cadru unificat de raportare financiară.

Metodele de cercetare care adoptă o abordare calitativă, utilizate în această lucrare sunt: analiza cadrului legislativ prin examinarea actelor normative internaționale și naționale esențiale pentru identificarea cadrului de conexiune a standardelor contabile internaționale. Analiza literaturii de specialitate prin examinarea articolelor academice și publicațiilor online pentru a evalua impactul adoptării IFRS asupra transparenței și credibilității financiare. Sinteza tuturor datelor, oferă o posibilitate de a concluziona faptul că IFRS este un limbaj comun pentru afaceri la nivel global.

Ce reprezintă IFRS?

Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS) sunt un set de standarde contabile internaționale elaborat de IASB – Consiliul a Standardelor Internaționale de Contabilitate (Dona, 2023). Conform IFRS sunt stabilite anumite principii clare pentru recunoașterea, evaluarea și prezentarea elementelor financiare, asigurând astfel informații coerente și comparabile, indiferent de jurisdicție.

IFRS sunt foarte importante pentru companiile de pe piața internațională, fiind adoptate în peste 100 de țări, astfel în prezent companiile tranzacționate pe piețele din UE trebuie să întocmească situații financiare consolidate conform standardelor IFRS (Dona, 2023). În Republica Moldova, implementarea IFRS facilitează alinierea practicilor contabile locale la standarde globale, astfel sporind transparența și credibilitatea investitorilor. În prezent, în Republica Moldova țin contabilitatea în partidă dublă și întocmesc situațiile financiare conform IFRS, entitățile de interes public (Parlamentul R.M., 2017). Entitățile mijlocii și mari, mici, micro și persoanele fizice care practică activitate de întreprinzător, pot utiliza IFRS, dacă acest lucru este considerat avantajos pentru entitate (Parlamentul R.M., 2017). Acest cadru de reglementare permite entităților să atragă mai ușor investiții străine, prin asigurarea transparenței și reducerea riscului informațional.

O dificultate semnificativă în implementarea IFRS este necesitatea alinierii legislației naționale pentru a preveni discrepanțele dintre standardele locale și cerințele internaționale. Acest proces presupune ajustarea normelor fiscale și contabile, formarea specialiștilor prin traininguri și workshopuri, precum și dezvoltarea continuă a tehnologiilor necesare aplicării IFRS. În contextul dat, este esențială o colaborare strânsă între entitățile economice și autoritățile de reglementare (Panuș, 2022).

Adoptarea IFRS, are numeroase beneficii, printre care: Transparența și comparabilitatea – facilitează luarea deciziilor bine informate de către investitori și autoritățile de reglementare (Panuș, 2022). Un alt avantaj îl constituie reducerea costurilor de capital și anume standardizarea informațiilor financiare crește încrederea investitorilor, diminuând percepția asupra riscului și costurile de finanțare ale entităților. Cercetările afirmă că companiile care au adoptat IFRS au înregistrat o creștere a lichidității acțiunilor și o scădere a costurilor de împrumut (Bajan & Sîrbu, 2021). Un beneficiu important este că IFRS stabilesc reguli și principii clare pentru recunoașterea și evaluarea activelor și pasivelor, ce contribuie la o mai mare responsabilitate a managementului și o prezentare exactă a performanței financiare (European Union, 2013) și Regulamentul (CE) nr 1606/2002).

Desigur că implementarea IFRS, are anumite provocări și anume: costuri ridicate ale tranziției, aceasta înseamnă că există o necesitate de investiții semnificative în tehnologie (software), actualizare a sistemelor de contabilitate ce poate fi o greutate, mai ales pentru IMM-uri (Panuș, 2022). O altă provocare este necesitatea de traininguri, cursuri, workshopuri pentru contabili și auditori care trebuie să fie instruiți periodic pentru o înțelegere corectă a aplicării IFRS; lipsa specialiștilor poate îngreuna implementarea eficientă a standardelor (Bajan & Sîrbu, 2021). Un alt dezavantaj reprezintă divergențele legislative și anume faptul că în unele țări, reglementările fiscale și

contabile pot fi în totalitate diferite de IFRS, ceea ce complică aplicarea standardelor internaționale și poate duce la interpretări variate (Regulamentul (CE) nr. 1606/2002).

Adoptarea IFRS în peste 100 de țări asigură un limbaj comun în raportarea financiară, astfel contribuind la integrarea piețelor și facilitarea comerțului internațional (European Union, 2013). La fel, IFRS permit o bună monitorizare bună a riscurilor financiare, oferind, astfel, autorităților de reglementare o perspectivă clară asupra economiei, în special în momente de criză (Bajan & Sîrbu, 2021).

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În concluzie, IFRS reprezintă un limbaj comun pentru afaceri la nivel global, având un impact pozitiv în asigurarea transparenței, comparabilității și credibilității informațiilor financiare. Implementarea IFRS asigură o raportare financiară uniformă, astfel consolidând încrederea investitorilor prin oferire de date financiare clare și comparabile și îmbunătățește eficiența piețelor de capital. IFRS sprijină dezvoltarea piețelor financiare prin creșterea atractivității investiționale, scăderea costurilor de capital și altele. Beneficiile date sunt esențiale pentru creșterea competitivității economice globale și stimularea investițiilor transfrontaliere. Împreună cu beneficiile IFRS, la fel sunt și provocări și anume procesul de tranziție la IFRS implică adoptarea unor noi practici contabile prin ajustarea legislației naționale și instruirea personalului. Diferențele dintre reglementările locale și cele internaționale pot genera dificultăți în aplicare, necesitând astfel eforturi din partea entităților economice și autoritățile de reglementare.

Pentru o mai bună aplicare a IFRS ar fi necesare o serie de măsuri. O recomandare este de a forma cursuri specializate de formare continuă pentru contabili, auditori, manageri financiari și alții cunoscând teoretică și practică a IFRS. Un alt sfat ar fi elaborare de manuale, studii de caz, modele de raportare pentru a ajuta companiile să implementeze IFRS corect și eficient. Încurajarea schimbului de practici între țările care deja au adoptat IFRS și cele care sunt în curs, pentru a facilita un proces de tranziție mai efektiv.

REFERINȚE

1. Bajan, M. & Sîrbu, M. (2021). Raportare financiară conform standardelor internaționale și locale.. *Conferința științifică Internațională ISSC 202, Provocările contabilității în viziunea tinerilor cercetători*, 119-131..https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/119-131.pdf. 12.03.2025.,
2. Dona, M. (2023). Ce este IFRS, rolul lor și lista cu IFRS. *Business*. <https://www.businesslease.ro/blog/ce-este-ifrs-rolul-lor-si-lista-cu-ifrs>.
3. European Union (2002). . *EUR-Lex*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.C_.2001.260.01.0086.01.ENG&toc=OJ%3AC%3A2001%3A260%3ATOC
4. European Union. (2013). *EUR-Lex*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/ALL/?uri=celex:32013L0034>
5. Ministerul Finanțelor (2008). *Acte normative: Ministerul Finanțelor*. <https://mf.gov.md/ro/content/hot%C4%83r%C3%AEErea-guvernului-pivind-aplicarea-standardelor-interna%C8%9Bionale-de-raportare-fianciar%C4%83-pe>
6. Panuș, V. (2022). Diferențe fundamentale dintre IFRS, directive UE și GAAP: Percepții asupra elementelor contabile. *Revista științifico-practică*, (2), 131-138.
7. Parlamentul R.M. (2017). Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15.12.2017. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 15 decembrie, https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=140124&lang=ro.

Coordonator științific: GRIGOROI Lilia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: lilia.grigori@ase.md

ACCOUNTING AND REPORTING OF SUBSIDIES FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR

CONTABILITATEA ȘI RAPORTAREA SUBVENȚIILOR PENTRU DEZVOLTAREA SUSTENABILĂ A SECTORULUI AGRICOL

ROTARI Patricia, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: rotari.patricia@ase.md

Abstract. *Subsidies are a primary tool for supporting and promoting the sustainable development of the agricultural sector, providing good opportunities for local farmers to support peasant households. The article analyzes the legal framework regarding subsidies in the Republic of Moldova, as well as their implications on accounting and financial reporting. The purpose of this research is to analyze and highlight the particularities of accounting and reporting of subsidies granted in the agricultural sector, in order to support their sustainable development and ensure the transparency of financial information provided to stakeholders. The results of the study clearly define the need for grant recognition, evaluation and reporting procedures to ensure efficiency in the use of public funds.*

Key words: *agricultural subsidies, accounting policies, financial reporting, sustainability, rural area, Republic of Moldova*

JEL CLASSIFICATION: M41, Q10

INTRODUCERE

Subvenționarea sectorului agricol capătă tot mai multă relevanță în Republica Moldova, care asigură un pilon esențial pentru dezvoltarea economică durabilă a mediului rural. Scopul principal al acestui mecanism este de a reduce riscurile financiare cu care se confruntă fermierii și de a încuraja practicile agricole sustenabile. Totuși, este evident că, în absența unui sprijin financiar adecvat din partea statului, agricultura nu poate asigura stabilitate și progres. Principiile politicii statului privind subvenționarea în agricultură și mediul rural, atribuțiile autorităților publice competente, formele de sprijin și condițiile de accesare, alături de procedura de recepționare și examinare a cererilor, sunt reglementate prin Legea nr. 71 din 31 martie 2023 privind subvenționarea în agricultură și mediul rural (Legea nr. 71/2023). Din perspectivă contabilă, subvențiile sunt recunoscute ca elemente patrimoniale în baza contabilității de angajamente, atunci când există certitudinea că entitatea îndeplinește condițiile de acordare, că va primi subvenția și că poate fi estimată în mod credibil.

Scopul acestei cercetări constă în analiza și evidențierea particularităților contabilizării și raportării subvențiilor acordate în sectorul agricol, în vederea susținerii dezvoltării sustenabile a acestora și asigurării transparenței informațiilor financiare furnizate părților interesate. În contextul dat, obiectivele cercetării sunt:

- identificarea cadrului normativ național și internațional privind contabilizarea și raportarea subvențiilor acordate entităților din sectorul agricol.
- examinarea condițiilor de recunoaștere și criteriile de evaluare a subvențiilor în contabilitate, în conformitate cu principiile contabilității.
- analiza impactului subvențiilor asupra performanței financiare și sustenabilității economice a entităților agricole.
- evaluarea practicilor curente de raportare financiară a subvențiilor în sectorul agricol din Republica Moldova.

Cercetarea se bazează pe o abordare calitativă, cu elemente de analiză cantitativă, având la bază metode inductive și deductive de investigare a fenomenului contabil legat de subvențiile acor-

date în sectorul agricol. Colectarea datelor s-a realizat pe baza surselor bibliografice relevante, a legislației în vigoare, a documentelor contabile disponibile, precum și a rapoartelor financiare ale unor entități agricole din Republica Moldova.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Entitățile din sectorul agricol obțin, în general, venituri din activități de fitotehnie și zootehnie, implicând costuri de producție ce pot depăși o singură perioadă de gestiune. În acest context, Agenția de Intervenție și Plăți pentru Agricultură (AIPA), are rolul de a sprijini fermierii și comunitățile financiare rurale. Acest sprijin, orientat spre dezvoltarea durabilă a sectorului agroindustrial și a mediului rural, se realizează prin gestionarea eficientă și transparentă a Fondului național de dezvoltare a agriculturii și mediului rural (FNDAMR), precum și prin utilizarea surselor oferite de partenerii de dezvoltare. De asemenea, AIPA colaborează cu Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Protecției Mediului, contribuind la întărirea cadrului instituțional de susținere a agriculturii.

Pentru o mai bună înțelegere a cadrului conceptual, în Tabelul 1 este prezentată o comparație între definițiile subvenției conform legislației în vigoare.

Tabelul 1. Aspecte comparative privind definirea subvenției în cadrul normativ național

Subvenția	
plată nerambursabilă și neimpozabilă, acordată din Fondul național de dezvoltare a agriculturii și mediului rural pentru realizarea scopului prevăzut de prezenta lege [Lege nr. 71/2023].	asistență acordată de Guvern, alte autorități ale administrației publice, instituții și organizații naționale și internaționale sub forma unor transferuri de resurse cu condiția respectării de către entitate a anumitor cerințe [SNC „Capital propriu și datorii].

Sursa: Elaborat de autor în baza surselor enumerate

Pentru a asigura o susținere financiară eficientă și adaptată diverselor nevoi ale sectorului agricol, subvențiile acordate de AIPA sunt structurate în mai multe forme, prezentate în figura de mai jos.

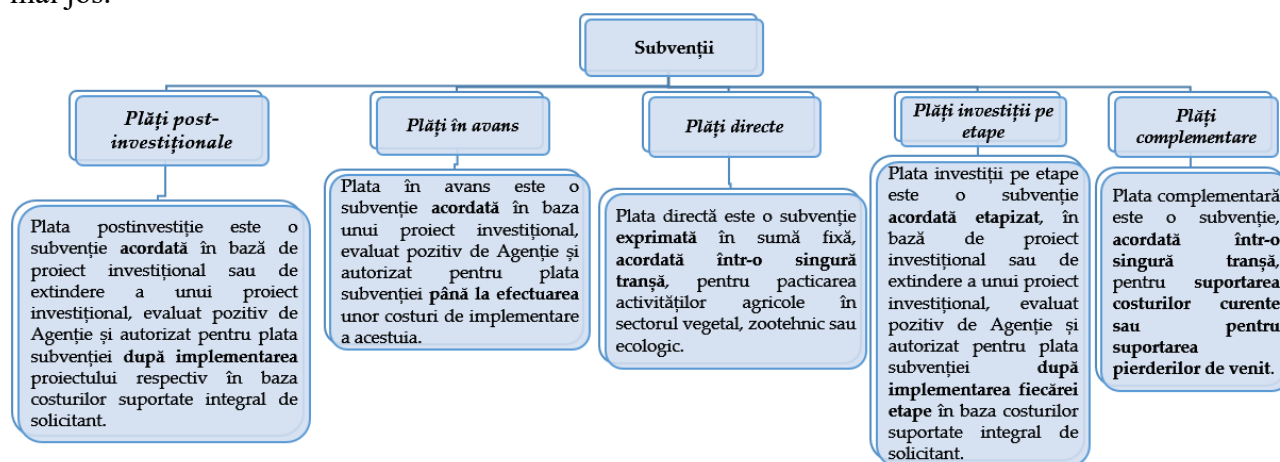


Figura 1. Clasificarea tipurilor de plăți subvenționate prin AIPA

Sursa: Elaborat de autor în baza Regulamentelor de subvenționare 2024-2025, AIPA

Prin diversificarea mecanismelor de subvenționare, AIPA contribuie la stimularea investițiilor, la acoperirea costurilor curente și la susținerea activităților agricole, adaptând intervențiile specifice fiecărei etape din procesul de dezvoltare rurală. Politicile agricole din Republica Moldova vizează impulsionează dezvoltării sectorului prin orientarea sprijinului statului către sub-sectoarele prioritare, în principal prin subvenții. În acest context, un document esențial este noua Strategie Națională pentru Dezvoltare Agricolă și Rurală 2023–2030 (Strategie Națională). Aceasta formulează patru obiective strategice majore: *consolidarea unui sector agricol rezilient la schimbările climatice, promovarea unor practici inteligente și durabile, dezvoltarea pieței interne și creșterea capacităților de export, agricole și susținerea unei dezvoltări socio-economice rurale sustenabile.*

În conformitate cu prevederile SNC „Capital propriu și datorii”, subvențiile pot fi clasificate în două categorii principale: cele aferente activelor și cele aferente veniturilor. Subvențiile aferente activelor se acordă sub formă de active imobilizate sau mijloace bănești, destinate achiziționării, creării ori dobândirii pe alte căi a acestor active. Prin contrast, subvențiile aferente veniturilor pot fi orientate spre acoperirea costurilor sau a cheltuielilor aferente perioadelor anterioare, curente sau viitoare, precum și pentru diminuarea datoriilor față de stat sau alți creditori (SNC „Capital propriu și datorii”). Totodată, subvențiile primite în formă monetară se evaluează la valoarea nominală, în timp ce cele nemonetare sunt recunoscute la costul de intrare al activelor primite. În acest context, evaluarea subvențiilor nemonetare se efectuează în funcție de condițiile stipulate în actele de subvenționare, în conformitate cu cerințele standardului contabil aplicabil.

Potrivit cadrului legal, subvențiile destinate procurării și creării activelor imobilizate în agricultură vizează, în principal, următoarele măsuri: investiții în cultivarea legumelor și fructelor pe terenuri protejate (sere, solari, tuneluri), înființarea, modernizarea sau defrișarea plantațiilor multianuale, inclusiv a celor viticole și pomicele, renovarea tehnologică, tehnicile agricole și utilajele agricole. De asemenea, sunt eligibile subvenții pentru procurarea animalelor de prăsilă și pentru conservarea fondului genetic (Doga et al., 2018).

În scopul prezentării clare și structurate a principalelor reguli de contabilizare a subvențiilor, în tabelul de mai jos sunt sintetizate principalele aspecte privind clasificarea, recunoașterea și decontarea subvențiilor, conform prevederilor contabile aplicabile.

Tabelul 2. Tratamentul contabil al subvențiilor conform reglementărilor contabile naționale

Nr. crt.	Elemente	Caracteristică
1.	Subvenții aferente activelor	Subvenții acordate sub formă de active imobilizate sau mijloace bănești, destinate procurării, creării sau dobândirii acestora.
2.	Subvenții aferente veniturilor	Subvenții pentru acoperirea cheltuielilor din perioadele precedente, curente sau viitoare, ori pentru reducerea datoriilor față de stat sau alți creditori.
3.	Înregistrarea inițială	La primirea documentului confirmativ (aviz spre plată, decizie, acord), subvențiile se recunosc ca majorare simultană a creanțelor și datoriilor (venituri anticipate).
4.	Recunoașterea ulterioară	La primirea efectivă: se majorează activele sau se diminuează datoriile, respectiv creanțe.
5.	Decontarea în venituri curente	Subvențiile înregistrate ca datorii (venituri anticipate) se recunosc ca venituri în perioada în care sunt suportate cheltuielile aferente. Excepție fac entitățile publice, care respectă prevederile pct. 80 din SNC „Capital propriu și datorii”.
6.	Subvenții pentru active amortizabile	Se decontează la veniturile curente proporțional cu amortizarea aferentă activelor obținute din subvenții, în momentul transmiterii lor în exploatare.

Sursa: Elaborat de autor în baza SNC „Capital propriu și datorii”

În Republica Moldova, subvențiile acordate producătorilor agricoli sunt supuse unor rigori contabile și fiscale bine definite. Astfel, raportarea acestora către Serviciul Fiscal de Stat implică respectarea cerințelor de eligibilitate, inclusiv deținerea dreptului de proprietate asupra obiectului subvenționat, conform Hotărârii Guvernului nr. 464/2023. Totodată, potrivit art. 20 lit. z²) din Codul fiscal și în baza Ordinului SFS nr. 132 din 29.05.2017, mijloacele bănești provenite din fonduri speciale, inclusiv subvențiile pentru asigurarea riscurilor de producție în agricultură, nu sunt impozabile (Codul fiscal nr. 1163). Prin urmare, aceste facilități fiscale contribuie la consolidarea unei agriculturi sustenabile și reziliente. În consecință, la completarea Declarației privind impozitul pe venit (forma VEN12), aprobată prin Ordinul Ministerului Finanțelor nr. 153 din 22.12.2017, sumele provenite din subvențiile acordate producătorilor agricoli se reflectă prin ajustarea veniturilor la rândul 02012 din anexa 1D.

CONCLUZII

Alocarea eficientă a subvențiilor constituie o condiție esențială pentru dezvoltarea durabilă a agriculturii, modernizarea tehnologică a entităților și revitalizarea mediului rural în economiile aflate în tranziție, precum Republica Moldova. În acest context, sporirea eficienței utilizării fondurilor publice devine o prioritate strategică. Astfel, statul urmărește consolidarea politicilor agricole prin majorarea alocațiilor bugetare și susținerea financiară a fermierilor. Subvențiile financiare, în acest sens, sunt un instrument pentru atragerea investițiilor și stimularea dezvoltării sectorului agricol. În sprijinul acestui demers, Legea nr. 71/2023 stabilește principiile generale ale politicilor publice în domeniu, priorități de utilizare a resurselor financiare și orientarea acestora în conformitate cu bunele practici europene.

Din punct de vedere contabil, ceea ce privește mijloacele bănești obținute sub formă de subvenții sau din fonduri speciale, care sunt conform destinației aprobate, nu generează venituri impozabile, prin urmare, nu influențează baza de calcul a impozitului pe venit. Acestea se înregistrează distinct în contabilitate, reflectându-se în funcție de natura și condițiile de acordare, și necesită ajustări în conformitate cu declarațiile fiscale, pentru asigurarea conformității cu reglementările în vigoare.

REFERINȚE:

1. Codul fiscal nr. 1163 al Republicii Moldova. În: *Monitorul Oficial* nr. 62 art. 522, din 18.09.1997, cu modificările ulterioare.
2. Doga, V., Ignat, A., Gangan, S. (2018). *Recent evolutions in the development of the agricultural sector of the Republic of Moldova*. Lucrări științifice. Universitatea Agrară de Stat din Moldova. 2018, vol. 50: Economie. Chisinau, 43-48. https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/87258
3. Hotărârea nr. 464 din 05.07.2023 cu privire la aprobarea Regulamentului privind măsurile de subvenționare complementară și condițiile specifice de eligibilitate pentru subvenționarea complementară din Fondul național de dezvoltare a agriculturii și mediului rural și abrogarea Hotărârii Guvernului nr. 455/2017 cu privire la modul de repartizare a mijloacelor Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural. *Monitorul Oficial* nr. 246-248 art. 601 din 15.07.2023.
4. Hotărârea nr. 56 din 17-02-2023 cu privire la aprobarea Strategiei naționale de dezvoltare agricolă și rurală pentru anii 2023-2030. *Monitorul Oficial* nr. 117-118 art. 244 din 06.04.2023.
5. Lege nr. 71 din 31.03.2023 cu privire la subvenționarea în agricultură și mediul rural. *Monitorul Oficial* nr. 134-137 art. 209 din 20.04.2023.
6. Regulamente de subvenționare 2024-2025, AIPA. <https://aipa.gov.md/ro/content/regulamentele-de-subventionare>
7. SNC Capital propriu și datorii. *Monitorul Oficial* nr. 233-237 art. 1533 din 22.10.2013, cu modificările ulterioare.

Coordonator științific: BĂDICU Galina, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: badicu.galina@ase.md

ETHICS AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE ACCOUNTING PROFESSION

ETICA ȘI RESPONSABILITATEA SOCIALĂ ÎN PROFESIA CONTABILĂ

SÎRBU Mădălina, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: sirbu.madalina@ase.md

Abstract: *The success and performance of a business are closely linked to the accountant's work, as their actions directly impact both the financial stability of the company and the broader economy. In a context where accounting is becoming increasingly complex, with large volumes of information and frequent legislative changes, managing data efficiently becomes challenging and raises several ethical dilemmas. Thus, it is essential to deeply analyze the ethical aspects of the accounting profession to understand their impact on economic entities and society as a whole. The importance of this research arises from the accountant's critical role in ensuring financial transparency and maintaining trust in the business environment. Ethical behavior is vital to prevent accounting fraud and ensure responsible financial practices. The International Code of Ethics for accountants sets fundamental principles, such as integrity, objectivity, confidentiality, and professional competence, to guide decision-making and prevent fraudulent activities. Adhering to these ethical standards is essential for maintaining public trust and the credibility of financial reporting. This study highlights how ethical compliance influences financial information quality, business decisions, and public confidence, making ethics an indispensable part of accounting for sustainable business practices.*

Keywords: *ethics, accounting, principles, standards*

JEL CLASSIFICATION: M41

INTRODUCERE

Succesul unei afaceri și nivelul său de performanță sunt strâns legate de activitatea contabilului, deoarece acțiunile acestuia influențează în mod direct atât stabilitatea financiară a companiei, cât și economia în ansamblu. Într-un context în care contabilitatea devine tot mai complexă, iar volumul mare de informații și schimbările legislative frecvente îngreunează gestionarea eficientă a datelor, apar numeroase provocări de natură etică. Din acest motiv, este esențial să se studieze în profunzime aspectele etice din profesia contabilă, pentru a înțelege impactul acestora asupra entităților economice și asupra societății.

Importanța acestei cercetări derivă din rolul crucial al contabilului în garantarea transparenței financiare și în menținerea unui climat de încredere în mediul de afaceri. În condițiile în care fraudele contabile și practicile financiare ilegale devin tot mai frecvente, este necesară o abordare riguroasă a eticii profesionale, pentru a preveni astfel de abateri și pentru a consolida integritatea domeniului contabil. Importanța eticii în profesia contabilă a fost evidențiată și de către autoarele autohtone Galina Bădicu și Svetlana Mihăilă, care afirmă că „rolul important îi revine contabilului, cel care trebuie să ofere servicii de înaltă calitate prin aplicarea cunoștințelor și abilităților cu judecata profesională și comportament etic, în vederea reflectării obiective a situațiilor și fenomenelor în cadrul entităților” (Bădicu & Mihăilă, 2016). Așadar, contabilul joacă un rol crucial în asigurarea transparenței și acurateței informațiilor financiare, având responsabilitatea de a furniza date precise și obiective. Persoanele care utilizează aceste informații se bazează pe competența și profesionalismul contabililor, care trebuie să respecte cele mai înalte standarde de etică.

Obiectivul studiului este ilustrarea modului în care respectarea principiilor etice influențează calitatea informațiilor financiare, luarea deciziilor în afaceri și încrederea publicului în informațiile economice. Actualitatea acestei teme este incontestabilă, având în vedere numeroasele fraude financiare din ultimii ani, care au scos la iveală consecințele grave ale încălcării normelor etice în contabilitate. Modificarea continuă a legislației fiscale și a standardelor contabile impune o adaptare constantă a profesioniștilor din domeniu, iar asigurarea unui comportament etic devine o condiție esențială pentru sustenabilitatea și credibilitatea entităților economice.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Pentru atingerea obiectivului cercetării, demersul științific s-a bazat pe o fundamentare teoretică, realizată prin studierea literaturii de specialitate. În acest context, elaborarea articolului a implicat aplicarea mai multor metode de cercetare: metoda analitică, prin examinarea aspectelor teoretice în raport cu literatura de specialitate și cadrul normativ. Analiza bibliografică este realizată prin consultarea resurselor disponibile pe platforma Google Scholar, precum și metodele inducției și deducției, esențiale pentru formularea principalelor idei și concluzii ale studiului.

Profesia contabilă se distinge prin asumarea responsabilității de a acționa în interes public, depășind relația contractuală cu angajatorul sau clientul. Astfel, contabilul joacă un rol esențial în societate, furnizând informații fiabile pentru diverse părți interesate.

Conducerea utilizează aceste informații pentru luarea deciziilor strategice, în timp ce investitorii evaluează riscurile și randamentul capitalului, angajații analizează stabilitatea și perspectivele financiare ale angajatorului. Creditorii și furnizorii sunt preocupați de capacitatea de plată, în timp ce clienții vor să se asigure de continuitatea activității partenerilor de afaceri. Autoritățile folosesc datele contabile pentru reglementare și politici fiscale, iar comunitatea de afaceri urmărește tendințele economice. Menținerea încrederii publice în profesia contabilă impune integritate, obiectivitate și respectarea celor mai înalte standarde etice, fiind un factor determinant al bunăstării colective și al funcționării eficiente a economiei.

Etica este o ramură a filosofiei, care analizează moralitatea și normele de conduită. În domeniul contabilității, aceasta reprezintă un set de valori, principii și reguli menite să ghideze comportamentul și deciziile profesioniștilor contabili. Scopul acestor norme este de a garanta transparența, obiectivitatea și integritatea în procesul gestionării contabilității și raportare financiară. Codul etic internațional pentru profesioniștii contabili obligă contabilii să respecte principiile fundamentale de etică. Totodată, acesta oferă un cadru conceptual general pe care contabilii trebuie să îl utilizeze pentru a identifica, evalua și gestiona riscurile ce pot afecta respectarea principiilor fundamentale. De asemenea, acesta include dispoziții și ghiduri aplicabile diferitelor aspecte, facilitând aplicarea corectă a cadrului conceptual în practică.

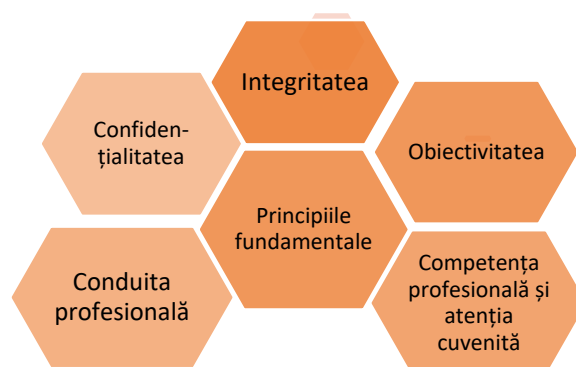


Figura 1. Principiile fundamentale de etică pentru profesioniștii contabili

Sursa: elaborat de autor în baza

(Manualul privind Codul etic internațional pentru profesioniștii contabili, 2018)

Integritatea presupune onestitate, corectitudine și respectarea adevărului în toate activitățile profesionale. Un contabil integru nu trebuie să furnizeze informații false sau înșelătoare, să ascundă date esențiale ori să participe la practici frauduloase. Acest principiu impune respectarea standardelor etice și profesionale, asigurând transparența și credibilitatea informațiilor financiare. În esență, integritatea contribuie la menținerea încrederii publice în profesia contabilă și la protejarea intereselor tuturor părților implicate.

Obiectivitatea presupune ca profesioniștii contabili să își desfășoare activitatea fără a fi influențați de conflicte de interes, prejudecăți sau influențe externe. Aceasta înseamnă că un contabil trebuie să adopte o abordare imparțială și să ia decizii bazate pe fapte și dovezi, fără a lăsa factori subiectivi să influențeze raportările financiare sau analiza datelor. Obiectivitatea asigură că informațiile financiare sunt prezentate într-o manieră corectă, echilibrată și transparentă, protejând astfel încrederea publicului în profesia contabilă.

Confidențialitatea, ca principiu etic în profesia contabilă, presupune că profesioniștii contabili trebuie să protejeze informațiile obținute în cadrul activității lor și să nu le dezvăluie fără consimțământul persoanelor implicate, cu excepția cazurilor în care legea impune acest lucru. Acest principiu se referă atât la informațiile financiare, cât și la cele personale sau sensibile pe care contabilul le poate avea acces, fiind esențial pentru menținerea încrederii clienților și angajatorilor și pentru protejarea integrității procesului contabil, prevenind utilizarea sau divulgarea necorespunzătoare a datelor.

Conduita profesională presupune ca profesioniștii contabili să își exercite activitatea cu competență, diligență și respect față de standardele și reglementările profesionale.

Competența profesională și atenția cuvenită presupun că profesioniștii contabili trebuie să își îndeplinească sarcinile cu un nivel înalt de cunoștințe, abilități și expertiză. Acest principiu se referă la capacitatea contabilului de a furniza servicii de calitate, de a înțelege și aplica corect reglementările și standardele contabile, precum și de a se adapta schimbărilor din domeniu. Atenția cuvenită înseamnă că profesioniștii trebuie să își dedice timpul și resursele necesare pentru a analiza și rezolva fiecare situație cu meticulozitate, evitând greșelile sau omisiunile, în conformitate cu standardele tehnice și profesionale aplicabile.

Contabilul se confruntă, fără îndoială, cu dileme etice, generate de factori precum conflictele de interese, securitatea informațiilor, practicile legate de cadouri și salariile scăzute (Grigori & Lazari, 2012).

Evaluarea comportamentului etic al unui contabil presupune evidențierea următoarelor aspecte: educația sa, certificarea profesională ce garantează competența acestuia, reputația și recunoașterea în rândul colegilor și al publicului avizat, experiența dobândită în gestionarea unui anumit tip de lucrări, dar și cunoștințele profesionale și abilitatea de a aplica principiile și conceptele contabilității, cerințele de raportare financiară și legislația aplicabilă, înțelegerea detaliată a entității-client și atitudinea sa altruistă față de profesie și valorile acesteia.

Etica profesională și erorile intenționate și neintenționate în rezultatul interpretării incerte a legislației o legătură inversă, deoarece respectarea principiilor etice contribuie la prevenirea comportamentelor frauduloase în domeniul contabilității. Atunci când profesioniștii contabili respectă principiile etice examinate anterior, ei contribuie la o practică financiară transparentă și responsabilă. Pe de altă parte, fraudă contabilă apare atunci când aceste principii sunt ignorate sau încălcate. Manipularea datelor financiare, falsificarea documentelor sau ascunderea informațiilor esențiale sunt exemple de fraudă care pot apărea în lipsa unei conduite etice adecvate. Factorii precum presiunea de a atinge obiective financiare, conflictele de interes sau un mediu organizațional nesănătos, pot determina unii profesioniști să recurgă la acte de fraudă. Astfel, etica profesională joacă un rol extrem de important în prevenirea fraudei contabile, iar încălcarea acestor principii poate duce la pierderea încrederii publicului și a autorităților în sistemul financiar. Contabilii trebuie să respecte standardele etice pentru a proteja integritatea și transparența proceselor financiare, prevenind astfel fraudă și menținând stabilitatea economiei.

Un exemplu abstract al importanței eticii în contabilitate poate fi ilustrat printr-o situație în care un contabil se confruntă cu presiunea de a ajusta raportările financiare pentru a îmbunătăți imaginea companiei în fața investitorilor. Deși compania ar putea beneficia pe termen scurt de pe urma unor informații financiare exagerate sau înșelătoare, comportamentul etic al contabilului presupune refuzul de a modifica datele, respectând principiile de acuratețe și transparență. Astfel, chiar dacă aceste ajustări ar putea aduce beneficii financiare imediate, respectarea eticii protejează reputația pe termen lung a companiei, menține încrederea investitorilor și previne eventualele probleme legale sau financiare care ar putea apărea în urma unor practici contabile neetice.

CONCLUZII

În concluzie, etica profesională reprezintă fundamentul pe care se clădește activitatea contabilă, având un impact direct asupra transparenței financiare și a încrederii publicului în informațiile economice. Contabilii, prin respectarea principiilor etice fundamentale – integritate, obiectivitate, confidențialitate și competență profesională – îndeplinesc un rol crucial în asigurarea unui mediu de afaceri corect și responsabil. Aceste principii ghidează deciziile și comportamentele lor, prevenind abaterile care ar putea compromite acuratețea și fiabilitatea informațiilor financiare. În același timp, fraudă contabilă reprezintă o încălcare directă a acestor principii etice, având efecte dezastruoase asupra organizațiilor și economiei în ansamblu. Manipularea datelor financiare, falsificarea documentelor sau omisiunile intenționate pot genera pierderi semnificative și pot afecta grav reputația și stabilitatea financiară a întreprinderilor. De asemenea, fraudă contabilă subminează încrederea publicului în sistemul financiar și poate conduce la sancțiuni legale severe. În acest context, etica profesională joacă un rol preventiv important în combaterea fraudei contabile, oferind o bază solidă pentru realizarea unor practici financiare corecte și transparente. De aceea, este absolut necesar ca profesioniștii contabili să fie conștienți de responsabilitatea lor socială și să aplice standardele etice în toate activitățile lor. Asigurarea respectării normelor etice nu doar că protejează interesele economice și financiare ale companiilor și ale clienților, dar contribuie și la consolidarea unui climat de încredere în economia globală. Astfel, respectarea eticii profesionale în contabilitate nu este doar o cerință legală, ci și o condiție esențială pentru dezvoltarea durabilă și sustenabilă a întregii economii.

REFERINȚE:

1. Bădicu, G., & Mihailă, S. (2016). Etica profesională a contabililor – instrument al succesului și al dezvoltării durabile a oricărei afaceri. *Problemele ecologice și geografice în contextul dezvoltării durabile a Republicii Moldova: realizări și perspective*, conferința științifică, Ed. Ediția 1, 14-15 septembrie 2016, Chișinău. Chișinău: Editura Presa universitară bălțeană, Bălți & Editura Vasiliana '98, Iași, 2016, p. 716. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/716-720_0.pdf
2. Breban, L. (2017) Etica expertului contabil în contextul misiunii de examinare a contabilității, al întocmirii, semnării și prezentării situațiilor financiare anuale
3. Ciurari, M., & Gudima, G. (2018). Etică și moralitate: aspecte cruciale în profesia contabilă. : *Simpozion Științific Internațional al Tinerilor Cercetători*, Ed. 16, 27-28 aprilie 2018, Chișinău, Republica Moldova: Departamentul Editorial-Poligrafic al ASEM, 2018, Ediția 16, pp. 166-168. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/166-168_2.pdf
4. Graur, A.. Provocările etice în profesia contabilă. In: *Învățământul superior contabil: provocări și soluții*, Ed. Ediția 2-a, 17 noiembrie 2023, Chișinău. Chișinău: Departamentul Editorial-Poligrafic al ASEM, 2023, Ediția 2-a, pp. 35-37. DOI: <https://doi.org/10.53486/isc2023.11>
5. GRIGOROI L., & LAZARI L. (2012). Moralitatea, etica și deontologia profesiei contabile: teorie și realitate. *Filosofia și cunoașterea economică: Aspecte teoretice, etice și politice*. 143-151 Chișinău: Ed. ASEM, 2012
6. LAZARI, L., GRIGOROI, L., & BAJAN, M. (2022). Profesia contabilă: principii de etică și angajamentul față de interesul public. *International scientific conference on accounting: . ISCA 2022*, Ed. 11, 1-2 aprilie 2022, Chișinău. 8-16. https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/8-16_14.pdf
7. Manualul privind Codul etic internațional pentru profesioniștii contabili, inclusiv Standardele Internaționale privind Independența. IFAC, Ediția 2018. <https://mf.gov.md/sites/default/files/legislatie/Codul-etice-2018.pdf>
8. Onose, V. L. (n.d.). *Etica în domeniul profesiei contabile*.

Coordonator științific: CAUȘ Lidia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: caus.lidia.ion@ase.md

THE IMPACT OF IFRS ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF COMPANIES

IMPACTUL IFRS ASUPRA PERFORMANȚEI FINANCIARE A COMPANIILOR

CHIPRISEAN Maria, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: chiprisean.maria@ase.md

Abstract: *The adoption of International Financial Reporting Standards (IFRS) has significantly influenced financial reporting, tax regulations, and corporate decision-making. This paper examines the impact of IFRS implementation, focusing on its effects on financial statements, profitability, and liquidity indicators. By analyzing key financial metrics before and after IFRS adoption, the study highlights both challenges and benefits encountered by companies during this transition. The findings suggest that IFRS adoption led to adjustments in financial reporting practices, influencing key indicators such as net profit margin and long-term liquidity. These changes reflect the necessity for businesses to adapt to new accounting frameworks while ensuring compliance with tax regulations. The study contributes to the understanding of IFRS implications in financial management and regulatory compliance, offering insights for practitioner.*

Keywords: IFRS, financial performance

JEL CLASSIFICATION: H83, M40, M41

INTRODUCERE

În contextul globalizării economice și al cererii crescute de transparență, adoptarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (IFRS) reprezintă o etapă crucială pentru companiile din Republica Moldova, având potențialul de a influența semnificativ performanța financiară. Astfel, entitățile de interes public au fost obligate să adopte IFRS pentru situațiile financiare aferente anului 2012, cu o etapă preliminară în 2011, când a fost aplicat IFRS (Hotărâre, 2008). Această tranziție a plasat entitățile de interes public în rolul de inițiatori, devenind mesageri ai utilizării IFRS în Republica Moldova, având astfel o responsabilitate în implementarea acestor standarde. Decizia de a adopta IFRS a adus beneficii semnificative Republicii Moldova, facilitând armonizarea cu legislația Uniunii Europene și asigurând utilizarea unui cadru contabil recunoscut la nivel mondial, bazat pe conceptul de imagine justă și fidelă.

Scopul acestei lucrări este de a analiza impactul adoptării IFRS asupra performanței financiare a companiilor din Republica Moldova, evaluând efectele asupra indicatorilor financiari cheie și identificând factorii care influențează acest impact. Obiectivul principal este de a analiza tendințele indicatorilor financiari relevanți înainte și după implementarea IFRS, pentru a determina efectele acestor standarde.

Actualitatea temei este dată de necesitatea de a înțelege impactul adoptării IFRS asupra performanței financiare a companiilor din Republica Moldova, în contextul eforturilor de armonizare cu standardele internaționale și de creștere a transparenței și comparabilității informațiilor financiare.

Această cercetare adoptă o metodologie mixtă, combinând analize teoretice și empirice. Utilizând metoda deducției, pentru examinarea literaturii de specialitate pentru a formula ipoteze. Datele empirice analizate prin metoda **inducției**, au fost folosite ca suport pentru identificarea tendințelor. **Analiza documentară** a fost utilizată pentru a înțelege contextul legal, iar **metodele cantitative** vor evalua impactul IFRS prin indicatori financiari. **Analiza comparativă** va evidenția diferențele impuse de modificările standartelor aplicate, iar metoda sintezei a fost folosită pentru a genera concluzii.

CONȚINUT DE BAZĂ

Numeroase studii analizează impactul trecerii la IFRS. Aceste cercetări au abordat impactul standardelor internaționale de contabilitate în mai multe regiuni precum Asia (Woolley, 1998) sau prin prisma nivelului economic al țării (Kenny & Larson, 1996). IFRS impune utilizarea contabilității la valoarea justă. În ceea ce privește valorile raportate atât ale activelor, cât și ale câștigurilor, abordarea valorii juste aduce o volatilitate crescută (Jeremakowicz & Gornik-Tomaszewski, 2006). Jeremakowicz (Jeremakowicz, 2004) susține că, în tranziția către contabilitatea la valoarea justă, băncile și companiile de asigurări sunt două dintre principalele instituții care se confruntă cu probleme semnificative. Aceste industrii sunt deja puternic reglementate. În plus, procesul de tranziție de la standardele locale la IFRS este foarte costisitor. În acest context apare nevoia de a măsura impactul acestor schimbări, pentru o imagine mai credibilă vom analiza sectorul bancar din Republica Moldova.

Sectorul bancar din Republica Moldova, caracterizat de o importanță sistemică în economia națională, a fost supus unui proces de transformare semnificativ odată cu adoptarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (IFRS). Această tranziție a impus băncilor comerciale să-și adapteze practicile contabile la cerințele standardelor internaționale, având un impact direct asupra modului în care sunt prezentate și interpretate informațiile financiare. În acest context, analiza impactului IFRS asupra performanței financiare a sectorului bancar necesită o abordare specifică, care să țină cont de particularitățile activității bancare și de indicatorii financiari relevanți pentru evaluarea stabilității și profitabilității acestor instituții. Astfel, cercetarea se va concentra pe evaluarea modului în care IFRS a influențat indicatori precum: rentabilitatea activelor, rentabilitatea capitalului, marja netă a dobânzii și lichiditatea pe termen lung. Acești indicatori sunt esențiali pentru a înțelege modul în care IFRS a influențat stabilitatea și profitabilitatea băncilor din țară. Analiza se bazează pe examinarea următoarelor ipoteze:

I1: Rentabilitatea activelor (ROA) a fost influențată de adoptarea IFRS, manifestând o volatilitate crescută datorită schimbărilor în modul de evaluare a activelor.

I2: Rentabilitatea capitalurilor proprii (ROE) a fost afectată de adoptarea IFRS, posibil prin modificări în modul de recunoaștere a capitalurilor proprii și a profitului net.

I3: Marja netă a dobânzii a fost influențată de adoptarea IFRS, posibil prin modificări în modul de recunoaștere a veniturilor și cheltuielilor cu dobânzile.

I4: Lichiditatea pe termen lung a fost influențată de adoptarea IFRS, posibil prin modificări în modul de clasificare a activelor și pasivelor pe termen lung.

În analiza impactului adoptării IFRS asupra performanței financiare a sectorului bancar din Republica Moldova, rentabilitatea activelor (ROA) reprezintă un indicator cheie. Rentabilitatea activelor (ROA) este un indicator financiar esențial, care măsoară eficiența cu care o bancă utilizează activele sale pentru a genera profit. Calculat ca raport între profitul net și activele totale medii, ROA oferă o perspectivă clară asupra capacității băncii de a genera profit din activele sale, reflectând astfel eficiența managementului activelor. Pentru asta vom analiza Tabelul 1, unde sunt prezentate datele privind ROA pentru anii 2005-2024

Tabel 1. Dinamica rentabilității activelor

	2024	2021	2018	2015	2012	2011	2009	2006	2005
ROA	2,39	2,00	1,90	1,67	1,10	1,80	-0,39	3,44	2,80

Sursa: *elaborat de autor în baza* (Banca Națională a Moldovei, 2025)

Datele prezentate în tabelul 1 relevă o volatilitate semnificativă a ROA de-a lungul anilor. Se observă fluctuații mari, în special în perioada crizei financiare din 2008-2009, când ROA a înregistrat o scădere abruptă. Ulterior, s-a observat o creștere semnificativă a ROA în anii următori adoptării IFRS. Aceste variații considerabile indică o sensibilitate a ROA la factori externi, cum ar fi crizele economice, dar și la modificări contabile introduse de IFRS. Această volatilitate susține ipoteza I1, care afirmă că implementarea IFRS are un efect statistic semnificativ asupra ROA. As-

tfel, datele sugerează că adoptarea IFRS a influențat modul în care băncile își gestionează activele, având un impact direct asupra rentabilității acestora.

Un alt indicator important este rentabilitatea capitalurilor proprii (ROE) care facilitează evaluarea performanței financiare a unei bănci din perspectiva investitorilor, măsurând rentabilitatea investiției acestora. Calculat ca raport între profitul net și capitalurile proprii medii, ROE indică eficiența cu care banca utilizează capitalurile proprii pentru a genera profit. O dinamică a acestui indicator este ilustrată în Tabelul 2.

Tabel 2. Rentabilitatea capitalurilor proprii

	2024	2021	2018	2015	2012	2011	2009	2006	2005
ROE	14,79	12,26	11,60	10,16	5,60	10,60	-2,12	20,67	15,37

Sursa: *elaborat de autor în baza* (Banca Națională a Moldovei, 2025)

Datele din tabelul 2 evidențiază o volatilitate semnificativă a ROE de-a lungul anilor, cu fluctuații notabile. Un aspect important este scăderea ROE înregistrată în anul adoptării IFRS (2012), urmată de o revenire și creștere în anii următori. Această scădere inițială ar putea reflecta ajustările contabile necesare pentru conformarea cu noile standarde, în timp ce creșterea ulterioară ar putea indica o adaptare eficientă a băncilor la cerințele IFRS. Aceste variații susțin ipoteza I2, care afirmă că implementarea IFRS are un efect statistic semnificativ asupra ROE. Prin urmare, datele indică faptul că adoptarea IFRS a influențat în mod direct rentabilitatea investițiilor acționarilor, afectând modul în care este evaluată performanța financiară a băncilor.

De asemenea un indicator ce este relevant de analizat este marja de profit netă, ce reflectă eficiența unei bănci în generarea de profit din veniturile obținute. Aceasta se calculează ca raport între profitul net și veniturile totale, exprimat procentual. O marjă ridicată indică o gestionare eficientă a costurilor și o rentabilitate mai mare. Pentru o înțelegere mai bună a modificărilor acesteia vom analiza informația prezentată în Tabelul 3.

Tabel 3. Dinamica profitabilității

	2024	2021	2018	2015	2012	2011	2009	2006	2005
Marja de profit netă	4,29	4,09	4,31	5,30	5,10	6,40	4,58	6,79	6,42

Sursa: *elaborat de autor în baza* (Banca Națională a Moldovei, 2025)

Analizând datele din tabel, se observă că în anul 2012, momentul adoptării IFRS, marja de profit netă a scăzut la 5,10%, comparativ cu 6,40% în 2011. Această diminuare ar putea fi atribuită modificărilor în modul de recunoaștere a veniturilor și cheltuielilor cu dobânzile, impuse de noile standarde contabile. În anii următori, marja a continuat să scadă, atingând 4,09% în 2021 și 4,29% în 2024, ceea ce sugerează un impact de durată asupra profitabilității. Totuși, această tendință descendentă poate fi influențată și de alți factori macroeconomici sau specifici sectorului bancar.

Prin urmare, rezultatele susțin ipoteza I3, conform căreia marja netă a dobânzii a fost influențată de adoptarea IFRS, probabil prin schimbările în recunoașterea veniturilor și cheltuielilor cu dobânzile. Cu toate acestea, pentru o confirmare mai solidă, ar fi necesară o analiză suplimentară asupra factorilor externi care au influențat profitabilitatea băncilor în această perioadă.

Lichiditatea pe termen lung este un indicator fundamental al stabilității financiare a unei bănci, reflectând capacitatea acesteia de a-și acoperi obligațiile pe termen lung utilizând activele disponibile. Acest indicator se calculează ca raport între activele lichide pe termen lung și pasivele pe termen lung, o valoare mai mare sugerând o poziție financiară mai sigură și o capacitate sporită de a face față angajamentelor financiare.

Tabel 4. Dinamica lichidității

	2024	2021	2018	2015	2012	2011	2009	2006	2005
Lichiditatea pe termen lung	0,76	0,74	0,72	0,70	0,70	0,70	0,60	0,58	0,54

Sursa: *elaborat de autor în baza* (Banca Națională a Moldovei, 2025)

Analizând datele din tabel, se observă că în anul 2012, anul adoptării IFRS, lichiditatea pe termen lung a fost de 0,70, menținându-se la același nivel ca în 2011. În anii următori, indicatorul a înregistrat o ușoară creștere, ajungând la 0,74 în 2021 și 0,76 în 2024. Deși nu se observă o scădere imediată în 2012, impactul IFRS asupra acestui indicator ar putea fi indirect, prin modificările în clasificarea activelor și pasivelor pe termen lung.

Comparând aceste rezultate cu ipoteza I4, care susține că lichiditatea pe termen lung a fost influențată de adoptarea IFRS, se poate afirma că efectul nu este imediat evident în datele analizate. Totuși, menținerea unui nivel constant în 2012 și creșterea ulterioară pot indica o ajustare treptată a băncilor la noile cerințe contabile. Pentru a valida pe deplin această ipoteză, ar fi necesară o analiză mai detaliată a modificărilor specifice aduse de IFRS în structura activelor și pasivelor băncilor.

CONCLUZII

Rezultatele cercetării indică faptul că implementarea IFRS a determinat fluctuații inițiale ale acestor indicatori, în special în anul 2012, dar ulterior, companiile au reușit să se adapteze noilor cerințe contabile. Deși IFRS a adus o creștere a transparenței și comparabilității situațiilor financiare, procesul de tranziție a generat provocări, inclusiv ajustări în recunoașterea veniturilor și cheltuielilor, modificări în evaluarea activelor și pasivelor, precum și influențe asupra profitabilității.

În concluzie, adoptarea IFRS a reprezentat un pas esențial în alinierea sistemului contabil al Republicii Moldova la standardele internaționale, facilitând accesul la piețele financiare globale și sporind încrederea investitorilor. Totuși, pentru a maximiza beneficiile acestor standarde, este necesară o adaptare continuă a companiilor și a autorităților de reglementare la cerințele în schimbare ale mediului economic și financiar internațional.

REFERINȚE:

1. Banca Națională a Moldovei. (2025). *BNM*.
<https://www.bnm.md/bdi/pages/reports/drsb/DRSB1.xhtml?id=0&lang=ro>
2. Hotărâre. (2008, martie 7). Hotărârea Guvernului Republicii Moldova, nr. 238 din 29 februarie 2008 „Privind aplicarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară pe teritoriul Republicii Moldova”. *Monitorul Oficial*.
3. Jeremakowicz, E., & Gornik-Tomaszewski, S. (2006). Implementing IFRS from the perspective of EU publicly traded companies. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 15, 170-196.
4. Jermakowicz, E. K. (2004). Effects of Adoption of International Financial Reporting Standards in Belgium: The Evidence from BEL-20 Companies. *Accounting in Europe*, 1., 51-70.
5. Kenny, S. Y., & Larson, R. K. (1996). Accounting Standard-Setting Strategies and Theories of Economic Development: Implications for the Adoption of International Accounting. *Advances in International Accounting*, 9, 1-20.
6. Woolley, R. (1998). International Accounting Standards and Economic Growth: An Empirical Investigation of their Relationship in Asia. Australia: School of Accounting and Law, RMIT.

Coordonator științific: GRIGOROI Lilia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 69737806
e-mail: lilia.grigoroii@ase.md

COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE REPUBLIC OF MOLDOVA AND ROMANIA ON THE DELEGATION OF STAFF

STUDIU COMPARATIV DINTRE REPUBLICA MOLDOVA ȘI ROMÂNIA PRIVIND DELEGAREA PERSONALULUI

FRUNZE Alexandru, student, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: frunze.alexandru@ase.md

Abstract: Both employers and employees often encounter the concept of per diem and may wonder how it is allocated, calculated, and taxed. Simply put, a per diem whether for domestic or international travel is a financial allowance provided by an employer to cover an employee's daily expenses, such as meals and local transportation, while they are on a business trip outside their usual workplace or company headquarters. This article aims to clarify the essential legal aspects governing per diem payments, accommodation costs, and other travel-related expenses in the Republic of Moldova and Romania highlighting the similarities and differences between the two systems. The study includes a comparative analysis of the regulatory framework, fiscal aspects and the impact of these changes on economic entities.

Keywords: employed staff, delegation, per diem, accommodation, transport expenses.

JEL CLASSIFICATION:M41

INTRODUCERE

Luând în considerare a doua jumătate a ultimului deceniu, economia mondială a suportat mai multe lovituri, ca: perioada pandemică de COVID, războiul din Ucraina, conflictul dintre Fâșia Gaza și Israel și altele, au dus la destabilizarea și perturbarea economiei, care au provocat o creștere bruscă a prețurilor la produse și servicii. Astfel, mărimea salariilor și cheltuielilor legate de delegarea angajaților, atât în țară, cât și peste hotare au devenit nerelevante și imposibil de le acoperit. Prețurile la unele produse și servicii s-au dublat sau chiar triplat. Cu toate acestea, la începutul anului 2024, economia mondială poate fi caracterizată printr-o stabilitate moderată, cu multe incertitudini, deoarece la nivel mondial mai persistă multe conflicte armate majore în derulare, unul din ele fiind chiar la hotar cu Republica Moldova (RM). Astfel, au fost revizuite prevederile din Regulamentul cu privire la delegarea personalului entităților din RM (Guvernul RM, 2012) în vederea simplificării aplicării acestora de către angajatori, precum și expunerii conținutului într-un limbaj mai simplu pentru toate părțile implicate. Totodată, actualizarea prevederilor este justificată prin corelarea bunelor practici internaționale aplicate în procesul de delegare, în vederea apropierei legislației naționale la cea internațională. Mai mult ca atât, unul din principalele scopuri de elaborare a proiectului a fost ajustarea normelor maxime a diurnelor și a plafoanelor de cazare pe categorii a persoanelor delegate în vederea corelării acestora la realitățile economice actuale și nu a avut drept scop armonizarea legislației naționale cu legislația Uniunii Europene. Deci, potrivit Codului Muncii (CM) (Parlamentul RM, 2003), angajatorul în cazul delegării salariatului în altă localitate, fie în țară, fie în străinătate, pentru a îndeplini sarcini de serviciu, acesta are dreptul să i se ramburseze cheltuielile de transport și de cazare. Pe lângă acoperirea acestor costuri necesare misiunii, legea prevede și acordarea unei diurne de deplasare, care funcționează ca o compensație suplimentară pentru delegare (cheltuieli privind alimentația și alte cheltuieli necesare pe durata deplasării).

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Despre componența cheltuielilor de deplasare și aspectele de care trebuie să ținem cont la calcularea acestora sunt elaborate un șir de acte normative și legislative, după cum urmează:

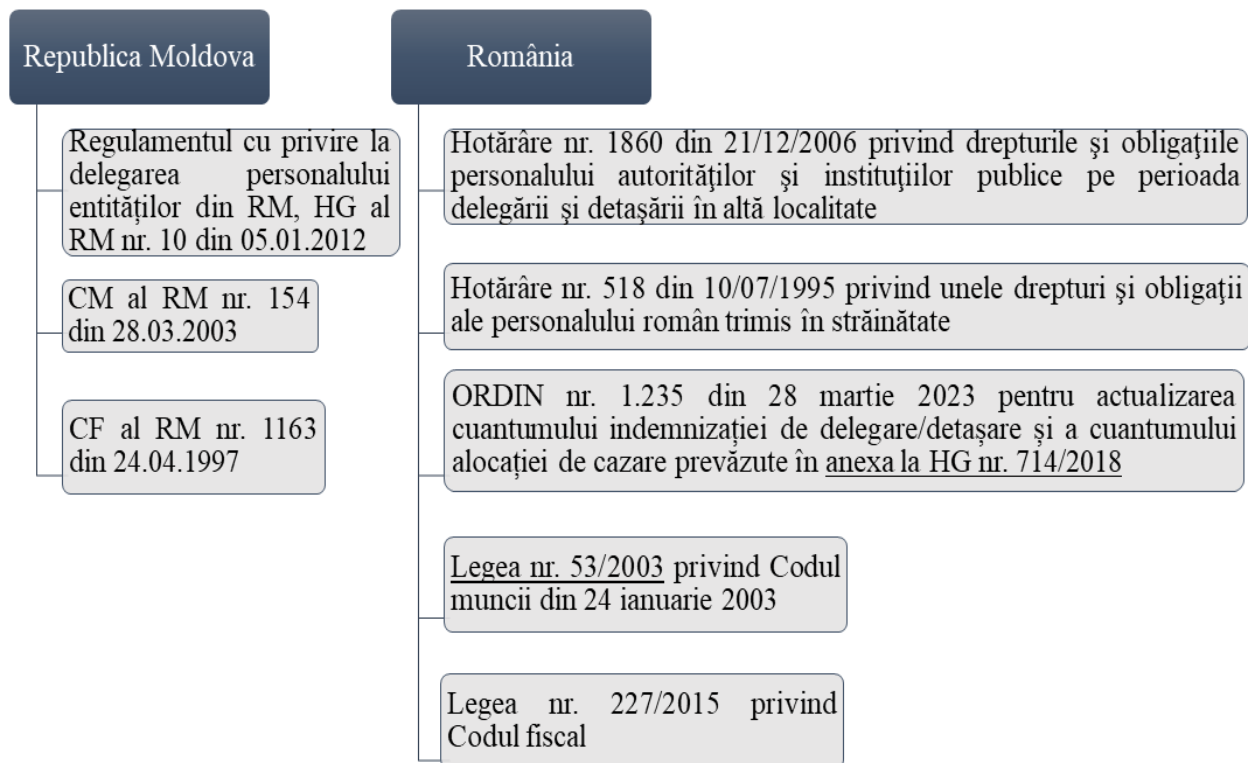


Figura 1: Legislația și reglementările privind delegarea în Republica Moldova și România

Sursa: Elaborat de autor

În urma studierii și analizei acestor acte normative și legislative, se constată unele asemănări și deosebiri în noțiunile și termenii utilizați de fiecare țară în parte. Ca de exemplu: în RM este numai noțiunea de personal – persoana fizică ce activează în baza contractului (acordului) individual de muncă sau în baza altor contracte cu caracter civil, inclusiv administratori, fondatori, membrii consiliului de administrație ori membri ai organelor de conducere, iar în România, atât noțiunea de personal, cât și salariat; în RM este noțiunea de plafon de cazare (cheltuieli de cazare), iar în România alocația de cazare; în RM pot beneficia de deplasări toate persoane care aparțin unei instituții, unei întreprinderi, este un spectru mai larg de utilizare, iar în România numai salariații, adică personalul angajat prin contract individual de muncă.

De Ce? În RM se încheie un contract individual de muncă (CIM) cu angajații prevăzuți în statele de personal, dar sunt situații când e nevoie de angajat personal pentru prestarea unor servicii sau executarea de lucrări și se permite prin încheierea Contractului de prestări servicii (civil). Diferența între aceste 2 tipuri de contracte este faptul că toate drepturile și obligațiile dintre părți au la bază legi diferite. CIM – Codul muncii și Contractul civil sau de prestări servicii – Codul civil. Asemănarea este în modul de impozitare a veniturilor de la personalul angajat, care se tratează și se impozitează similar ca veniturile salariale. Tot aici se includ și asociații care sunt și fondatori și nu au un CIM încheiat, la fel pot beneficia de deplasări, care vor fi deduse fiscal. Însă în România, se recunosc în scopuri fiscale numai deplasările în interes de serviciu la salariați, adică personalului angajat prin CIM. Contactele civile se impozitează numai cu impozit pe venit reținut la sursa de plată cu 10% conform Codului fiscal și nu se consideră plăți salariale. Alte particularități ce țin de delegarea personalului le putem reda în următorul tabel :

Tabelul 1: Compararea cheltuielilor de delegare dintre Republica Moldova și România

Indicator	Republica Moldova	România
Beneficiarii delegării	Angajați, persoane cu contracte civile, fondatori, administratori, membri ai consiliilor de administrație	Numai pentru angajații cu contract individual de muncă
Diurna internă	100% din normele stabilite pentru zilele de plecare și sosire și entitățile din sectorul privat sunt în drept să acorde diurna în cuantumul mai mic decât 70% din cuantumul respectiv	23 lei/zi în sectorul bugetar și 57,5 lei/zi în sectorul privat, doar dacă delegarea depășește 12 ore
Diurna externă	Calculată în funcție de țara de destinație, 100% din normă	În sectorul privat limită deductibilă este de 2,5 ori față de plafonul legal pentru sectorul public
Cazare	În situațiile în care nu sunt prezentate documente confirmative privind cazarea, eliberate de unitățile de cazare, în calitate de document confirmativ poate servi contractul de locațiune încheiat între persoana delegată și intermediar/proprietar. În acest caz, compensarea cheltuielilor se va efectua în conformitate cu documentele prezentate, cu condiția că aceste cheltuieli nu vor depăși plafoanele de cazare stabilite de Regulament Rambursare 50% în lipsa documentelor justificative	În cazul în care cazarea s-a făcut într-o structură de primire turistică de confort superior celei de 3 stele, se decontează numai 50% din tariful de cazare perceput. Dacă nu se poate asigura cazare în hoteluri sau alte unități similare, angajații pot închiria locuințe, dar suma plătită nu trebuie să depășească 75% din limita maximă stabilită pentru cazare. În cazul când personalul aflat în delegare nu se cazează conform condițiile din art. 26, Hotărâre nr. 1860 din 21/12/2006 cheltuielile de cazare se compensează prin plată, pentru fiecare noapte, a sumei de 30 lei.
Transport	Posibilitatea decontării taxiului și a transportului închiriat	Decontarea transportului doar cu documente justificative

Sursa: elaborat de autor

Normele diurnelor în RM sînt diferențiate pe categorii, ținîndu-se cont de posturile deținute de personalul delegat, de scopul și caracterul misiunii, conform anexei nr.1 la Regulament (Guvernul RM, 2012). Cuanumul diurnelor pentru fiecare zi de aflare în deplasare a personalului sînt prevăzute în anexa nr.2 la Regulament. Sunt stabilite mărimi fixe privind sumele maxime recunoscute în scopuri fiscale, indiferent de tipul, activitatea și mărimea entităților, atât în pentru instituțiile publice, cât și cele private. Suma ce depășește limita de diurnă se consideră o facilitare pentru angajat și este un venit impozabil conform Codului fiscal al RM. Astfel, se reține impozit pe venit 12% și prima de asigurare medicală 9% (impozite ce se retin din salariul calculat) și este deductibilă fiscal pentru entitate. Contribuții la asigurări sociale 24% nu se calculează (acest impozit se calculează de la salariul calculat și reprezintă o cheltuială ca și salariul).

Un act emis de Ministerul Finanțelor din România, și anume, Ordinul nr. 1235 la data de 28 martie 2023 (Ministerul Finanțelor România, 2023) a adus o modificare a valorii diurnei de delegare. Astfel, s-a actualizat valoarea diurnei de delegare prevăzută în anexa la Hotărârea Guvernului nr. 714/2018, care reglementează drepturile și obligațiile angajaților din instituțiile publice. Astfel, în 2025, plafonul deductibil pentru diurna internă permite angajatorului să acorde un minim de 23 lei pe zi, cu posibilitatea de a majora această sumă până la 2,5 ori, atîngînd un maximum de 57,5 lei/zi. Așadar, pentru deplasările în țară, diurna neimpozabilă este stabilită la nivelul legal aplicat în sectorul public, multiplicat cu 2,5.

În ceea ce privește sectorul privat, legislația românească nu impune o limită pentru diurna acordată de angajatori, dar stabilește un plafon neimpozabil de 2,5 ori nivelul legal stabilit pentru

instituțiile publice, ceea ce înseamnă 57,5 lei pe zi, în limita a 3 salarii de bază corespunzătoare postului ocupat. Această regulă se aplică și administratorilor remunerați. Este important de reținut că plafonul maxim al diurnei, echivalent cu 3 salarii de bază, se calculează proporțional cu numărul de zile lucrătoare din luna în care are loc delegarea sau detașarea, iar rezultatul se înmulțește cu numărul de zile de deplasare.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Sunt binevenite și oportune toate modificările efectuate, prin majorarea plafoanelor și lărgirea spectrului de cheltuieli de deplasare recunoscute în RM, însă sunt și unele neajunsuri, la multitudinea de plusuri constatate. Ca de exemplu, normele diurnelor pentru RM sînt unificate, adică nu mai sînt împărțite pe zone, cum era anterior, ceea ce este absurd, luând în considerare că prețurile diferă esențial în capitală, față de alte localități. O altă chestiune importantă este că mulți cetățeni moldoveni au și cetățenia română și, implicit, un pașaport românesc. În cazul angajaților cu dublă cetățenie care sunt trimiși în deplasare, se recomandă să călătorească folosind pașaportul Republicii Moldova. Astfel, toate înregistrările privind intrările și ieșirile din țară să fie făcute în acest document, ceea ce va confirma cu exactitate zilele de deplasare. În caz contrar, aceștia vor trebui să obțină de la Poliția de Frontieră documente care să ateste că ei sunt persoanele care au trecut granița cu pașaportul celui alt stat. Ca recomandare pentru RM, ar fi bine să fie plfonate diurnele în funcție de postul angajatului și salariul acestuia ca în țara vecină, pentru a evita salariile mici în raport cu diurnele, astfel stimulând majorarea salariilor, pentru a beneficia de diurne legale corespunzătoare. Iar în România sunt multe diferențe între modul de evidență a delegaților în sectorul public și cel privat, astfel, poate ar fi cazul de unificat toate drepturile și obligațiunile într-un singură Hotărâre pentru o mai simplă înțelegere și aplicare coerentă în ambele sectoare. Deci, ambele țări au reglementări pentru diurna acordată în cazul delegărilor pe teritoriul atât național, cât și internațional, dar nivelurile și mecanismele de stabilire sunt diferite.

REFERINȚE:

1. Guvernul RM. (2012, Ianuarie 5). *Ministerul Finantelor*.
https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=141154&lang=ro.
2. Guvernul României. (2018, Septembrie 13). *Guvernul României*.
<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/205001>.
3. Ministerul Finanțelor România. (2023, Martie 28). *Ministerul Finanțelor*.:
<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/266379>. Accesat online la 14 martie 2025
4. Parlamentul RM. (2003, Martie 28). *Legis.md*. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=142481&lang=ro#.
Accesat on line la 03 martie 2025

Coordonator științific: GRIGOROI Lilia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Telefon: +373 69 737 806
e-mail: lilia.grigori@ase.md

CASH FLOW ANALYSIS

ANALIZA FLUXURILOR DE NUMERAR

LUCHIAN Valeria, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: luchian.valeria@ase.md

Abstract: Cash flow analysis is a cornerstone of financial management, providing essential insights into an entity's liquidity, financial stability, and overall performance. This study underscores the critical role of evaluating operational, investment, and financing cash flows in ensuring an organization's ability to meet its obligations, make informed decisions, and achieve sustainable growth. The analysis focuses on how effective cash flow management can enhance financial health while identifying potential risks and opportunities for improvement.

The research employs a mixed-methods approach, combining quantitative financial analysis of cash flow statements with qualitative simulations to explore real-world applications and strategies. This comprehensive approach allows for a detailed examination of how cash inflows and outflows impact operational efficiency, investment opportunities, and financing decisions.

Key findings reveal that well-managed cash flow practices not only strengthen an organization's ability to respond to short-term financial needs but also provide a solid foundation for pursuing long-term goals. Diversifying funding sources, optimizing operational cash flow, and aligning financial strategies with organizational objectives emerge as critical success factors.

Key words: Cash flow analysis, Financing decisions, Risk mitigation, Financial stability, Strategic planning

JEL CLASSIFICATION: G32

INTRODUCERE

Fluxurile de numerar sunt un element central în analiza financiară modernă, oferind o imagine detaliată asupra mișcărilor de lichidități din cadrul unei entități economice. Spre deosebire de alte rapoarte financiare, care se concentrează pe rezultate contabile, analiza fluxurilor de numerar pune accent pe încasările și plățile efective, esențiale pentru menținerea unei afaceri viabile. Această abordare permite identificarea rapidă a potențialelor probleme de lichiditate, chiar și în cazul companiilor care înregistrează profituri ridicate (Legea contabilității și raportării financiare, 2017).

Obiectivul principal al fluxurilor de numerar este de a asigura o gestionare optimă a resurselor financiare, astfel încât să fie acoperite obligațiile curente, să se permită dezvoltarea de noi proiecte și să se evite situațiile de criză financiară. De-a lungul timpului, rolul cash-flow-ului a devenit tot mai important, fiind considerat un indicator esențial de către manageri, investitori și creditorii în procesul decizional.

Această lucrare analizează structura fluxurilor de numerar, clasificarea acestora în funcție de activitățile operaționale, investiționale și financiare, și subliniază legătura lor directă cu stabilitatea financiară. În plus, se discută strategiile de optimizare a fluxurilor de numerar pentru a răspunde provocărilor economice actuale. Tema este deosebit de actuală, având în vedere că, în contextul economic global, multe companii se confruntă cu probleme de lichiditate care pot conduce la insolabilitate, chiar și în cazurile în care performanțele financiare generale par a fi satisfăcătoare.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Analizând cercetările și publicațiile de specialitate pe tema fluxurilor de numerar, observăm o preocupare constantă pentru identificarea celor mai eficiente metode de analiză, având în vedere rolul semnificativ al acestora în asigurarea stabilității financiare a unei entități economice. În con-

textul aplicării practicilor contabile moderne și al reglementărilor financiare, dezbaterile se concentrează pe importanța unei gestionări riguroase a fluxurilor de numerar operaționale, investiționale și financiare.

Studiile efectuate de cercetători economici și practicieni în domeniu: Melnic Georgeta, Rodica Hîncu, Mariana Bunu, Daniela Dascaluic și Rodica Popușoi (Hîncu et al, 2010) subliniază relevanța analizei fluxurilor de numerar pentru a asigura transparența și pentru a oferi managerilor informații necesare luării deciziilor strategice. De asemenea, acestea evidențiază provocările întâlnite de entități, cum ar fi decalajele dintre încasări și plăți, gestionarea deficitelor de lichiditate și prognozarea fluxurilor în condiții economice incerte.

Fluxurile de numerar se împart în trei categorii esențiale, fiecare având un rol specific în gestionarea resurselor financiare ale unei companii.

Prima categorie, *fluxurile de numerar din activitățile operaționale*, reflectă resursele generate de activitatea de bază a unei companii, precum vânzările de bunuri sau servicii. Acestea includ încasările de la clienți, dar și plățile către furnizori, angajați sau autoritățile fiscale. Un flux operațional pozitiv este un indicator al unei activități eficiente și al unei bune capacități de acoperire a cheltuielilor curente.

A doua categorie, *fluxurile de numerar din activitățile investiționale*, derivă din tranzacții legate de achiziția sau vânzarea de active imobilizate. Exemplele includ achiziția de echipamente sau vânzarea unor proprietăți. Este important de menționat că un flux investițional negativ nu semnalează întotdeauna o problemă, ci poate indica realizarea de investiții strategice pentru dezvoltarea pe termen lung a companiei. (Hîncu et al, 2010)

Ultima categorie, *fluxurile de numerar din activitățile financiare*, se referă la intrările și ieșirile de numerar asociate finanțării externe. Acestea pot include obținerea de credite, emiterea de acțiuni sau rambursarea împrumuturilor. O gestionare eficientă a acestor fluxuri este esențială pentru reducerea costurilor de finanțare și menținerea unui echilibru financiar sănătos.

Această clasificare subliniază importanța unei analize detaliate a fiecărui tip de flux de numerar, oferind managerilor informații valoroase pentru luarea deciziilor strategice și asigurarea sustenabilității financiare a organizației. (Ordinul Ministerului Finanțelor nr. 118 din 2013)

În Tabelul 1, prezentăm principalele aspecte cheie ale analizei fluxurilor de numerar, incluzând indicatorii relevanți, identificarea dezechilibrelor și provocările împreună cu soluțiile propuse pentru o gestionare eficientă.

Tabelul 1. Aspecte cheie ale analizei fluxurilor de numerar

Aspecte cheie	Detalii
Indicatori relevanți	Fluxul net de numerar: Reflectă diferența dintre încasări și plăți pe o perioadă determinată, indicând lichiditatea entității și sănătatea financiară. Rata de rotație a numerarului: Evaluează viteza cu care compania generează lichidități, oferind o imagine a eficienței financiare.
Identificarea dezechilibrelor	Analiza permite descoperirea rapidă a situațiilor de deficit, cum ar fi: - Cheltuieli operaționale care depășesc încasările; - Investiții nefinanțate corespunzător sau venituri neconforme cu prognozele.
Provocări și soluții	Decalajul dintre încasări și plăți: - Gestionat printr-un buget de trezorerie bine structurat; - Optimizarea termenelor de plată și încasare pentru un echilibru constant. Finanțarea insuficientă: - Reducerea dependenței de finanțare externă prin folosirea resurselor proprii; - Diversificarea surselor de finanțare pentru a reduce riscurile economice.

Sursa: (Manole, 2017)

În analiza situației financiare și patrimoniale, un aspect de o importanță majoră este examinarea detaliată a fluxurilor de lichidități. Aceasta derivă din realitatea economică conform căreia orice activitate desfășurată trebuie să producă resurse financiare suplimentare, transformând investi-

țiile inițiale în capital multiplicat. În termeni simpli, orice afacere trebuie să genereze nu doar venituri suficiente pentru a acoperi costurile operaționale, ci și să producă un surplus financiar care să contribuie la creșterea valorii economice a întreprinderii.

O situație frecvent întâlnită în practică este cea a unei entități comerciale care, deși generează profituri și prezintă un bilanț pozitiv, poate întâmpina dificultăți financiare cauzate de lipsa lichidităților. Acest fenomen apare, în mod obișnuit, din cauza decalajelor de timp dintre momentul în care veniturile sunt încasate și cel în care plățile sunt efectuate. Astfel de discrepanțe pot afecta grav capacitatea unei companii de a-și respecta obligațiile financiare, punând presiune asupra stabilității sale pe termen scurt.

Pentru a înțelege mai bine această problemă, este necesar să definim conceptul de ciclu financiar. Ciclul financiar reprezintă o succesiune de procese economice și financiare interconectate, care implică utilizarea resurselor financiare într-o manieră organizată și eficientă, pentru ca acestea să se întoarcă, în cele din urmă, la punctul de plecare sub forma unei sume sporite. Mai exact, ciclul descrie modul în care banii sunt generați, utilizați în activități productive sau comerciale și reinvestiți pentru a susține creșterea continuă a afacerii. (Popușoi, 2018)

Ciclul financiar implică mai multe etape, fiecare cu roluri distincte. În faza inițială, capitalul este utilizat pentru a susține investițiile necesare în resurse, cum ar fi materii prime, echipamente sau servicii. Ulterior, prin intermediul proceselor operaționale, aceste investiții generează venituri, care sunt transformate în profituri după acoperirea tuturor costurilor. În final, surplusul financiar obținut poate fi reinvestit pentru a susține noi proiecte, consolidând astfel capacitatea financiară a companiei și extinzând valoarea generate (Standardul național de contabilitate, 2022, art. 7).

Un aspect cheie al ciclului financiar este faptul că fiecare etapă trebuie să fie gestionată eficient, astfel încât să minimizeze pierderile și să maximizeze fluxurile pozitive de numerar. Prin intermediul unei planificări riguroase, a unui management financiar strategic și a unei monitorizări constante, ciclul financiar poate deveni un instrument puternic de creștere și stabilitate pentru orice entitate economică. Această abordare permite nu doar rezolvarea problemelor curente de lichiditate, ci și atingerea unor obiective financiare ambițioase pe termen lung (Standardul național de contabilitate, 2022, art. 9).

Astfel, analiza detaliată a fluxurilor de lichidități și a ciclului financiar oferă companiilor o perspectivă clară asupra performanței lor economice, ajutându-le să identifice oportunitățile de îmbunătățire și să construiască un fundament solid pentru dezvoltarea viitoare.

În Tabelul 2, prezentăm evoluția fluxurilor de numerar din punct de vedere simulativ la entitatea „Vinum Select”, evidențiind performanțele financiare în activitățile operaționale, de investiții și financiare. Analiza oferă o imagine detaliată asupra fluxului net total, identificând punctele forte, dezechilibrele și oportunitățile de optimizare în gestionarea resurselor financiare ale companiei.

Tabelul 2. Evoluția fluxurilor de numerar la entitatea „Vinum Select”
analizat într-un context simulativ (mii lei)

Nr.	Tipuri de activitate	Anul precedent	Anul curent
1	Activitatea operațională	4,200.5	2,150.7
2	Activitatea de investiții	(3,500.0)	(1,800.3)
3	Activitatea financiară	1,200.8	750.6
4	Fluxul net total	(100.3)	1,101.0

Sursa: Elaborat de autor din surse proprii

Datele prezentate în Tabelul 1 evidențiază o evoluție pozitivă a fluxului net total în anul curent, marcând o îmbunătățire semnificativă comparativ cu anul precedent. Această creștere subliniază capacitatea entității „Vinum Select” de a-și gestiona mai eficient resursele financiare. Fluxul operațional pozitiv indică o funcționare sănătoasă a activităților de bază, reflectând o gestionare eficientă a vânzărilor, colectării creanțelor și acoperirii cheltuielilor curente.

Un aspect important este fluxul negativ din activitatea de investiții, care, deși aparent nefavorabil, arată angajamentul companiei față de proiecte strategice ce pot susține creșterea economică pe termen lung. Investițiile realizate pot contribui la modernizarea infrastructurii, extinderea capacităților de producție sau diversificarea portofoliului de produse, consolidând astfel poziția competitivă a entității pe piață. Totuși, această direcție necesită o monitorizare atentă pentru a asigura că veniturile generate în viitor vor compensa cheltuielile curente.

În același timp, este remarcabil faptul că activitatea financiară a înregistrat o scădere a fluxului de numerar comparativ cu anul precedent. Aceasta poate semnala o reducere a dependenței de finanțarea externă, dar poate indica, totodată, o posibilă constrângere în accesarea resurselor financiare suplimentare, ceea ce ar putea afecta capacitatea companiei de a susține noi proiecte. Este esențial ca organizația să evalueze în mod regulat sursele de finanțare disponibile și să adopte strategii flexibile pentru a evita constrângerile financiare pe termen scurt. .

Menținerea unui echilibru financiar optim este esențială pentru funcționarea eficientă a oricărei entități economice. În acest context, gestionarea lichidităților devine un proces complex, care poate influența atât stabilitatea financiară pe termen scurt, cât și perspectivele de dezvoltare pe termen lung. Companiile întâmpină frecvent dificultăți în acest domeniu, cum ar fi decalajele dintre încasări și plăți, apariția cheltuielilor neprevăzute sau implementarea unor decizii investiționale fără o analiză suficientă (Popușoi, 2018)

Pentru a face față acestor provocări, este esențial ca organizațiile să adopte strategii financiare bine fundamentate, utilizând instrumente moderne și practici bazate pe planificare detaliată. Abordarea acestor probleme presupune nu doar soluționarea pe termen scurt, ci și crearea unui sistem financiar rezilient, capabil să susțină obiectivele de dezvoltare ale companiei (Hîncu et al, 2010).

Aceste măsuri, integrate într-un plan financiar bine fundamentat, pot transforma provocările curente în oportunități de dezvoltare și inovare. Menținerea unui echilibru constant între performanța operațională, investițiile strategice și resursele financiare disponibile va asigura nu doar stabilitatea pe termen scurt, ci și un fundament solid pentru viitor.

CONCLUZII

Analiza fluxului de numerar reprezintă un instrument indispensabil în managementul financiar, oferind o imagine clară asupra capacității unei entități economice de a-și gestiona lichiditățile și de a susține dezvoltarea pe termen lung. Prin evaluarea detaliată a fluxurilor operaționale, de investiții și financiare, se pot identifica atât punctele forte, cât și vulnerabilitățile care pot afecta stabilitatea financiară. Un flux net pozitiv reflectă sănătatea economică și eficiența activităților de bază, în timp ce discrepanțele din fluxurile individuale pot semnala riscuri care necesită intervenție.

O gestionare riguroasă a fluxurilor de numerar permite nu doar evitarea dezechilibrelor financiare, dar și maximizarea oportunităților de creștere strategică. Astfel, analiza fluxului de numerar nu este doar un indicator al performanței financiare curente, ci și o bază solidă pentru luarea deciziilor strategice, asigurând sustenabilitatea pe termen lung a oricărei organizații.

REFERINȚE:

1. Hîncu, R., Bunu, M., & Dascaluic, D. (2010). *Bazele activității investiționale (sinteze și aplicații)*. ASEM
2. Legea contabilității și raportării financiare, Lege nr. 287 din 15-12-2017. Monitorul Oficial al Republicii Moldova Nr.1-6 din 05-01-2018, art.22. Accesat online 11/02/2025 la: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=120938&lang=ro.
3. Manole, T. (2017). *Analiza fluxului de numerar în scopul asigurării stabilității financiare*. Conferința Internațională privind Practicile Economice Teoretice și Aplicate, Ediția a XII-a (vol. II, pp. 98-101).
4. Ordinul Ministerului Finanțelor nr. 118 din 06.08.2013 privind aprobarea Standardelor Naționale de Contabilitate. Publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova Nr.177-181 din 16-08-2013. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=131868&lang=ro

5. Popușoi, R. (2018). Coraortul dintre fluxuri de mijloace bănești – impact asupra rezultatului financiar. *Paradigme moderne ale economiei și managementului: noi provocări și perspective*, Conferința Științifică Internațională, 22-23 martie 2018, Chișinău, Republica Moldova.. 76–80. Chișinău: ASEM.

Coordonator științific: MELNIC Georgeta, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: melnic.georgeta@ase.md

ACCOUNTING PRACTICES AND MATERIAL MANAGEMENT STRATEGIES

PRACTICI CONTABILE ȘI STRATEGII DE GESTIONARE A MATERIALELOR

STĂVILĂ Paula, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: stavila.paula@ase.md

Abstract: Within a changing economic landscape, accounting methods and material resource management approaches are vital to a business's effectiveness and success. Accounting provides precise financial transaction documentation, forming a crucial base for decisions. Simultaneously, proficient material management aids in inventory control, expense decrease, and streamlined processes. Utilizing the right strategies in both domains can strongly influence a firm's competitive advantage and long-term stability. This paper examines essential accounting practices and efficient techniques for handling materials, emphasizing their value in achieving organizational goals.

Keywords: Accounting, materials, methods, management, administration

JEL CLASSIFICATIONS: M41

INTRODUCERE

Practicile contabile și strategiile de gestionare a materialelor sunt factori cheie pentru eficiența operațională și pentru stabilitatea financiară a unei entități. O gestionare adecvată a resurselor ajută la optimizarea costurilor, la sporirea transparenței financiare și la diminuarea pierderilor. În acest articol se analizează impactul practicilor contabile asupra gestionării materialelor și propune soluții practice pentru îmbunătățirea proceselor de achiziție, stocare și utilizare a acestora. Studiul prezintă avantajele unei abordări integrate și oferă recomandări pentru optimizarea performanței organizaționale. Necesitatea abordării acestei teme rezultă din dificultățile întâmpinate în asigurarea unei gestionări eficiente a materialelor. Cercetarea utilizează metode precum analiza, sinteza, comparația și generalizarea, oferind o abordare clară a temei.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Materialele reprezintă bunurile destinate folosirii atât în scopul procesul de producție sau a prestării de servicii, cât și în cadrul necesităților comerciale și administrative ale entității. O importanță deosebită pentru organizarea corectă a evidenței valorilor materiale reprezintă clasificarea lor după conținutul natural-substanțial al materialelor. Conform Standardelor Naționale de Contabilitate SNC "Stocuri", clasificarea materialelor este alcătuită din două elemente specifice, având fiecare un rol bine definit în circuitul economic al întreprinderii. Aceste elemente sunt detaliate și reprezentate sistematic în Figura 1:

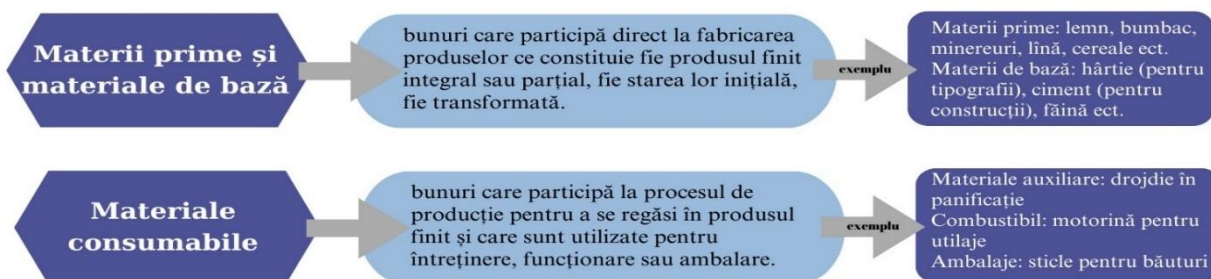


Figura 1. Componenta Stocurilor

Sursa: realizat de către autor

Evidența sintetică a materialelor, aflate în patrimoniul entității, se ține în contul de activ de gradul I 211 – „Materiale”. Acest cont reflectă intrările și ieșirile de materiale, contribuind la transparența și eficiența procesului contabil. Pentru a asigura o gestionare clară și corectă, contul 211 se structurează astfel, prezentat în Figura 2:

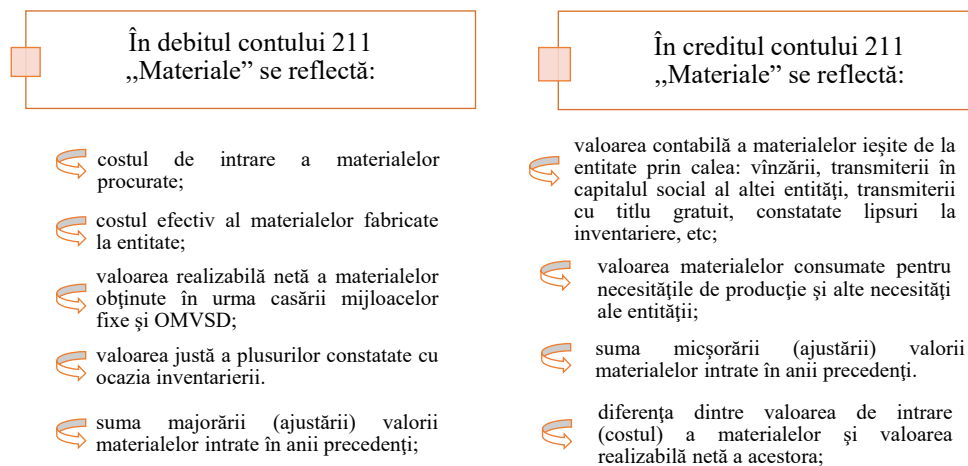


Figura 2. Evidența sintetică a materialelor

Sursa: realizat de către autor în baza Planului General de Conturi Contabile

Materialele sunt achiziționate în baza contractelor cu furnizorii unde se precizează tipul, prețul, unitatea de măsură, calitatea și condițiile de livrare. Gestionarea lor implică înregistrarea intrărilor și ieșirilor în contabilitate. Există mai multe surse de intrare a materialelor:

1. Fabricarea în cadrul entității;
2. Achiziționarea de la furnizori (din țară sau străini);
3. Intrarea ca aport în natură la capitalul social;
4. Intrarea ca plusuri la inventar;
5. Intrarea în urma transferării din componența activelor imobilizate;
6. Primirea cu titlu gratuit.

Procesul de aprovizionare a materialelor în cadrul entității depinde de mulți factori, inclusiv de condițiile contractuale, modalitatea de plată și alegerea metodei de evaluare.

Potrivit pct. 7 din SNC „Stocuri”, stocurile pot fi sub formă de:

- 1) active cu ciclul lung de producție destinate vânzării (de exemplu, complexe de locuințe, produse vinicole aflate în proces de maturare);
- 2) bunuri care se află temporar la terți din diverse motive sau în anumite scopuri (de exemplu, bunuri transmise în custodie, comision, pentru prelucrare).

Referitor la activele cu ciclul lung de producție, este de relatat că acestea pot fi abordate prin prisma atât a calculației costurilor, cât și a metodelor de evaluare ulterioară a stocurilor.

În cazul stocurilor care sunt temporar păstrate la terți, inclusiv asupra cărora, după caz, se pot alocă și costuri de depozitare, manipulare, transport, broker etc., deoarece în cazul când acestea încă nu sunt gata de a fi utilizate, dar reprezintă costuri necesare direct intrării în contextul pct. 15 din SNC „Stocuri”, entitatea poate aplica metoda costului mediu ponderat, însă, în funcție de tipul stocurilor, poate aplica și alte metode conform pct. 33 al standardului menționat.

Entitatea utilizează metode de evaluare curentă a materialelor, cum sunt:

- 1) materialele de bază – **metoda FIFO**;
- 2) materialele auxiliare, piesele de schimb, alte materiale, inclusiv materialele transmise temporar terților (antrepozit vamal) – **metoda costului mediu ponderat**;
 - produsele – **metoda costului mediu ponderat**;
 - mărfurile – **FIFO**;

- obiectele de mică valoare și scurtă durată – **metoda identificării specifice**.

Achiziția de materiale se face prin contracte de vânzare, iar ulterior, stocurile de materiale sunt înregistrate la intrarea în depozit. În literatura de specialitate am întâlnit mai multe metode de evaluare a materialelor. Pentru a gestiona eficient entitatea, este crucială implementarea unor metode moderne de administrare și control al stocurilor, cum ar fi: metoda cantitativ-valorică, metoda valorică, metoda ABC, metoda EOQ, metoda Just-in-Time, reprezentate în Figura 3:

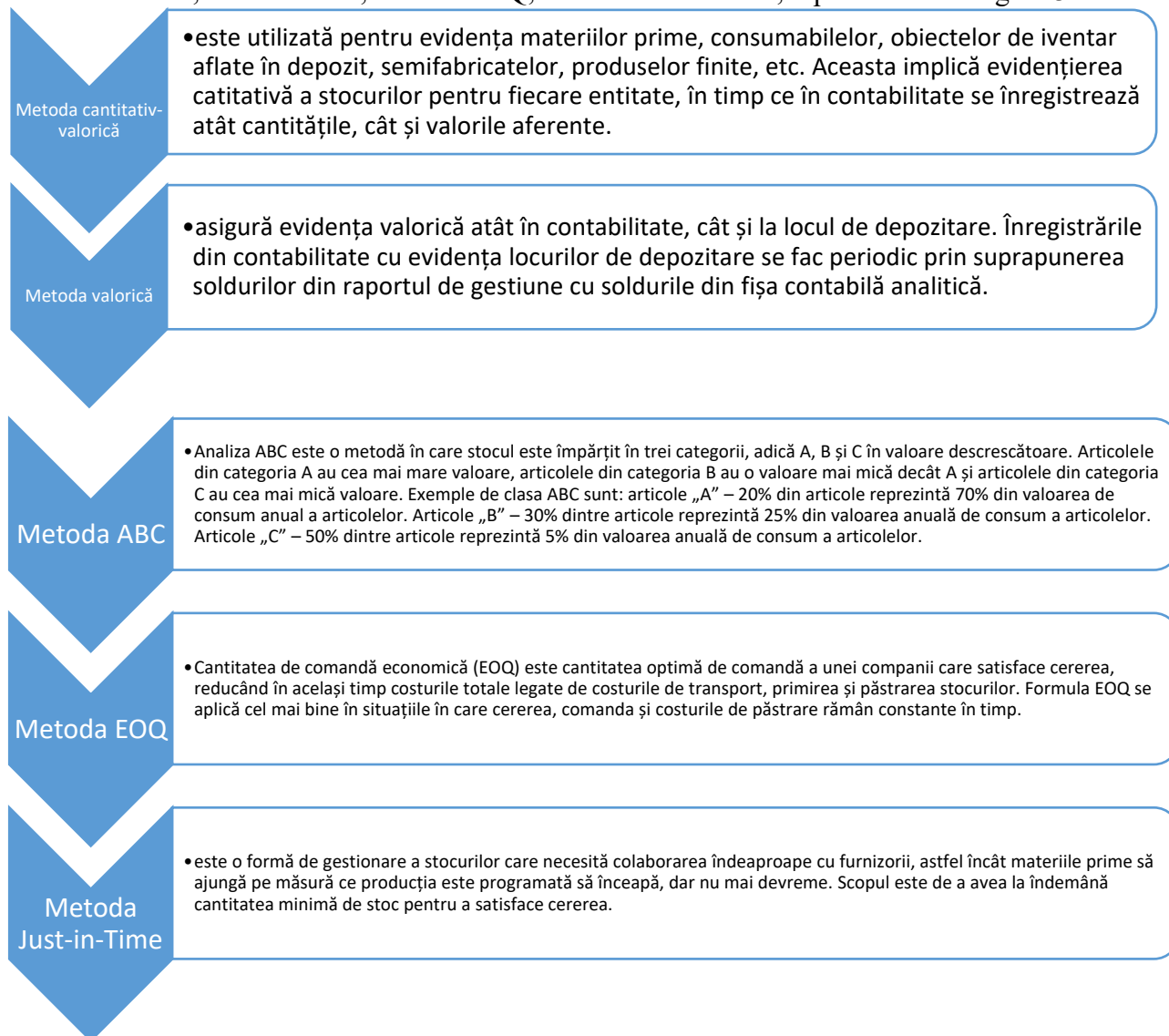


Figura 3. Metode de gestionare a materialelor

Sursa: Realizat de către autor

Strategiile de gestiune a materialelor sunt vitale, pentru eficiența operațională a unei organizații, având impact direct asupra costurilor, disponibilității resurselor și fluxurilor de producție. Implementarea metodelor moderne de evidență și control al stocurilor aduce atât beneficii, cât și dezavantaje.

Punctele forte ar fi:

- Prin metode precum EOQ și Just-in-Time, companiile pot reduce cheltuielile de stocare, transport și aprovizionare, evitând astfel blocarea capitalului în stocuri inutile.
- Clasificarea eficientă a materialelor, cum ar fi în analiza ABC, permite alocarea inteligentă a resurselor și concentrarea pe produsele cu cel mai mare impact economic.

- Metoda cantitativ-valorică și valorică asigură o evidență clară a materiilor prime și produselor finite, diminuând riscul pierderilor, al fraudelor sau al discrepanțelor dintre evidența contabilă și situația reală a stocurilor.

- Prin aplicarea metodei Just-in-Time, companiile pot menține un flux continuu de materii prime, reducând în același timp spațiul necesar depozitării.

Punctele slabe sunt:

- Metode precum Just-in-Time sau EOQ necesită livrări exacte și constante, iar orice întârziere sau fluctuație a cererii poate afecta grav producția.

- Complexitatea implementării și gestionării care poate fi consumatoare de timp și costisitoare.

- Menținerea unor stocuri minime prin Just-in-Time poate fi riscantă în perioade de fluctuații ale pieței sau întârzieri logistice, afectând capacitatea de a răspunde rapid cerințelor neprevăzute.

CONCLUZIE

Administrarea eficientă a stocurilor de materiale este un punct crucial pentru succesul unei firme, influențând direct costurile, productivitatea și competitivitatea acesteia. Aplicarea unor strategii de gestiune a stocurilor de materiale, permite utilizarea optimă a resurselor, diminuarea pierderilor și optimizarea producției. Flexibilitatea și folosirea unor metode moderne sunt vitale pentru a face față cerințelor pieței și a garanta succesul entității pe termen lung.

REFERINȚE:

1. Nederiță, A., Grabarovschii, L. & Popovici, A. *Contabilitate financiară (partea I)*. ASEM
2. Hiaiducova, M. (2021). *Contabilitatea și controlul de gestiune a stocurilor*.
https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/184-187_24.pdf
3. Lăcrimioara, R. (n.d.). *Metode de conducere a contabilității analitice a valorilor material*.
https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/257-262_Metodele%20de%20conducere%20a%20contabilitatii%20analitice%20a%20valorilor%20materiale.pdf
4. Ordin privind aprobarea Planului general de conturi contabile nr. 119 din 06.08.2013-
5. Standardele Naționale de Contabilitate. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=130803&lang=ro
6. Standardul Național de Contabilitate „Stocuri”. (2013). *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 233-237 (cu modificările ulterioare).

Coordonator științific: BAJAN Maia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: maia.bajan@ase.md

PAYROLL ACCOUNTING

CONTABILITATEA REMUNERĂRII MUNCII

VORNICEANU Loredana, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: vorniceanu.loredana@ase.md

Abstract: Payroll accounting is an essential tool in financial management, involving activities such as establishing personnel policy, calculating salaries, processing payments and complying with legal regulations. The article highlights the importance of the payroll accounting system, including remuneration policies and payroll recording procedures. It also discusses the grouping of payments by type, such as time worked or production achieved, as well as the legal obligations of employers in Moldova, such as taxes and social contributions. Essential documents for payroll include employment and attendance contracts. The study analyzes the impact of payroll accounting on organizational performance, employee motivation and financial planning, highlighting the importance of effective payroll management to reduce financial and administrative risks. The results are valuable for companies, accountants and decision-makers, demonstrating the need for effective payroll accounting systems for economic stability and labor market development.

Keywords: Payroll accounting, salary systems, compensation policies, payroll taxes, social contributions, labor costs, financial planning.

JEL CLASSIFICATIONS: M41

INTRODUCERE

Contabilitatea retribuirii muncii este un aspect esențial al gestionării financiare, având un impact direct asupra costurilor operaționale, conformității fiscale și motivării angajaților. Gestionarea corectă a salariilor asigură respectarea legislației muncii și fiscale, contribuind totodată la stabilitatea financiară a entității. Contabilitatea salariilor implică procese de la determinarea și calcularea remunerației, până la evidența contabilă și raportarea fiscală.

Un sistem de salarizare bine gestionat influențează performanța organizațională, optimizând costurile și motivând angajații. Astfel, contabilitatea salariilor contribuie la reducerea riscurilor financiare și îmbunătățirea relațiilor de muncă, având un impact semnificativ asupra economiei și managementului financiar al entităților.

CONȚINUT DE BAZĂ

Termenul „salariu” provine din latinescul „salarium”, care inițial se referea la plata în sare acordată soldaților romani. În economia modernă, salariul reprezintă remunerația acordată unui angajat pentru munca prestată, fiind un element esențial al relațiilor de muncă și un factor determinant în asigurarea nivelului de trai al angajaților. Conform Codului Muncii, Articolul 128: „(1) Salariul reprezintă orice recompensă sau câștig evaluat în bani, plătit salariatului de către angajator în temeiul contractului individual de muncă, pentru munca prestată sau care urmează a fi prestată. (2) Pentru a evalua dacă salariații prestează o muncă de valoare egală, angajatorul va lua în considerare aspectele de muncă ale salariatului, printre care: a) gradul de răspundere; b) nivelul de calificare și experiență; c) efortul și natura sarcinilor implicate; d) condițiile de muncă.”

Printre documentele primare utilizate la calcularea salariului se numără:

1) Tabelul de pontaj – reflectă prezența și timpul efectiv lucrat de fiecare angajat, fiind baza de calcul pentru salariul lunar. 2) Raportul de fabricație – înregistrează producția realizată într-o anumită perioadă, fiind utilizat în sistemele de salarizare în acord. 3) Bonul de lucru în acord – document utilizat pentru lucrările plătite în funcție de unitățile de produs realizate.

Aceste documente primare din secții sunt transmise către departamentul de contabilitate pentru calcularea salariului. În prezent, salarizarea angajaților din economia națională se face pe baza Legii salarizării nr. 847-XV din 14 februarie 2002, cu modificările ulterioare, și a Codului Muncii al Republicii Moldova nr. 154-XV din 28 martie 2003, cu modificările și completările ulterioare.

Există doi factori interdependenți care contribuie la organizarea stabilirii salariului:

Sistemul tarifar și formele de retribuire

Formele de salarizare joacă un rol esențial în sistemul de salarizare și în utilizarea eficientă a forței de muncă. Conform Codului Muncii și Legii salarizării, „munca muncitorilor și funcționarilor este retribuită:

- pe unitate de timp (în regie)
- pe unitate de produs (în acord)”.

• Salarizarea în regie (pe unitate de timp) – remunerația se calculează în funcție de timpul efectiv lucrat de angajat. Aceasta poate fi stabilită pe oră, zi sau lună, fără a fi direct influențată de volumul de muncă realizat.

• Salarizarea în acord (pe unitate de produs) – angajatul este plătit în funcție de cantitatea de produse fabricate sau de sarcinile îndeplinite. Acest sistem stimulează productivitatea individuală și este frecvent utilizat în sectoarele industriale și de producție.

Retribuirea muncii este un aspect fundamental al politicii economice și sociale a unui stat, având un impact direct asupra pieței forței de muncă, productivității și nivelului de trai al populației. Sistemul de salarizare al unei entități economice poate fi organizat în mai multe forme, în funcție de obiectivele firmei, domeniul de activitate și specificul locurilor de muncă.

În funcție de specificul activității, se pot aplica și alte sisteme, precum salarizarea pe bază de comision (utilizată în vânzări) sau salarizarea mixtă, care combină elemente din sistemele de mai sus pentru a oferi un echilibru între stabilitate și stimulare a performanței.

Pe lângă salariul de bază, angajații pot beneficia de adaosuri și sporuri.

Tabelul 1. Clasificarea adaosurilor și sporurilor

Adaosuri	Sporuri
1. Pentru munca suplimentară: Adaosuri acordate pentru munca prestată peste durata normală de lucru stabilită prin contract.	1. Pentru munca în caz de cumul al profesiilor (funcțiilor) și îndeplinirea obligațiilor de muncă ale salariaților temporar absenți: Sporuri acordate în caz de muncă suplimentară în diverse funcții sau în absența unor salariați.
2. Pentru munca în zilele de odihnă și sărbătoare: Adaosuri pentru lucrul în zilele de odihnă sau în sărbătorile legale, atunci când acest lucru este necesar și nu se poate evita.	2. Pentru măiestrie profesională: Sporuri pentru lucrătorii care demonstrează o performanță excelentă și o pregătire profesională deosebită.
3. Pentru munca în timp de noapte: Adaosuri acordate pentru munca prestată în intervalul de noapte (de la ora 22:00 la 06:00).	3. Pentru categoria de calificare: Sporuri acordate pe baza nivelului de calificare profesională atins de angajat.
4. Pentru munca în tură continuă: Adaosuri pentru lucrul în ture continue, unde există o organizare specială a muncii.	4. Pentru gradul științific: Sporuri acordate angajaților cu grad științific (de exemplu, doctori sau profesori universitari).
5. Pentru munca în caz de cumul de profesii și funcții: Adaosuri acordate în cazurile în care un salariat deține mai multe funcții sau profesii concomitent.	5. Pentru vechimea în muncă: Sporuri acordate pentru perioadele de muncă lungi, ca o recompensă pentru experiența acumulată.
6. Pentru efectuarea lucrărilor de diversă calificare: Adaosuri pentru lucrările care necesită o calificare diferită de cea standard a angajatului.	
7. Pentru munca în condiții nefavorabile: Adaosuri pentru munca prestată în condiții dificile sau periculoase, cum ar fi lucrul în medii toxice, zgomotoase sau cu temperaturi extreme.	

Sursa: Realizat de către autor în baza (Caraman & Cușmăunsă, 2024)

Retribuirea muncii suplimentare este reglementată prin Codul Muncii, care prevede că primele două ore suplimentare sunt plătite cel puțin la 1,5 ori salariul de bază, iar orele suplimentare ulterioare sunt remunerate dublu. De asemenea, munca prestată în zile de odihnă sau sărbătoare este retribuită cel puțin dublu față de salariul normal.

În ceea ce privește munca prestată în condiții nefavorabile, Codul Muncii stipulează că angajatorii trebuie să acorde adaosuri pentru a compensa condițiile de muncă dificile sau periculoase, iar munca în timpul nopții beneficiază de un adaos de cel puțin 0,5 din salariul de bază.

Salariul minim este un alt concept important. Conform Articolului 131 din Codul Muncii, salariul minim reprezintă valoarea minimă a retribuției care nu poate fi sub nivelul stabilit de stat, pentru o muncă simplă și necalificată. Acesta se garantează tuturor angajaților care îndeplinesc norma de muncă prevăzută de lege.

Salariile sunt reglementate și stabilite prin negocieri colective sau, după caz, individuale, iar munca prin cumul, stipulată în Articolul 267 din Codul Muncii, presupune îndeplinirea de către salariat a unei alte munci în afacerea orelor de program, în cadrul aceleași unități sau la alți angajatori.

Pentru contabilizarea retribuirii muncii și a altor operațiuni legate de personal sunt utilizate conturile 531, 532 și 533.

- Contul 531 „Datorii față de personal privind retribuirea muncii” reflectă datoriile față de angajați pentru munca prestată. În creditul acestui cont se înregistrează majorarea datoriilor, iar în debit stingerea acestora, în corelație cu alte conturi relevante. Soldul reprezintă totalul datoriilor față de personal conform standardelor contabile.

- Contul 532 „Datorii față de personal privind alte operațiuni” urmărește datoriile angajatorului față de personal pentru alte operațiuni, cum ar fi primele sau alte beneficii. În creditul contului se înregistrează majorarea datoriilor, iar în debit stingerea acestora. Soldul reprezintă totalul datoriilor pentru alte operațiuni.

- Contul 533 „Datorii privind asigurările sociale și medicale” reflectă datoriile angajatorului față de bugetul de stat pentru contribuțiile la asigurările sociale și medicale. În creditul acestui cont se înregistrează majorarea datoriilor pentru contribuții, iar în debit stingerea acestora. Soldul reprezintă totalul datoriilor pentru asigurările sociale și medicale.

Conform Hotărârii Guvernului nr. 846/2024, începând cu 1 ianuarie 2025, salariul minim pe țară în Republica Moldova a fost stabilit la 5.500 de lei lunar pentru un program complet de lucru de 169 de ore pe lună. Această valoare reprezintă o creștere față de salariul minim de 5.000 de lei stabilit anterior pentru anul 2024.

Conform datelor Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova, în anul 2024, câștigul salarial mediu lunar brut a fost de 14.096,7 lei.

Analizând distribuția salariilor, în 2024, aproximativ 34% dintre salariați au avut salarii mai mici de 7.000 de lei, 23% au avut salarii între 7.000 și 10.000 de lei, 22% între 10.000 și 15.000 de lei, iar 21% au avut salarii mai mari de 15.000 de lei.

În ceea ce privește sectorul de activitate, în trimestrul I 2024, cele mai mari valori ale câștigului salarial mediu lunar au fost înregistrate în: Informații și comunicații: 32.372,5 lei; Activități financiare și de asigurări: 24.513,5 lei; Producția și furnizarea de energie electrică și termică, gaze, apă caldă și aer condiționat: 18.522,6 lei; Pe de altă parte, cele mai mici valori ale câștigului salarial mediu lunar au fost în: Agricultură, silvicultură și pescuit: 8.201,8 lei; Activități de cazare și alimentație publică: 8.605,6 lei; Artă, activități de recreere și de agrement: 9.726,4 lei.

CONCLUZII

Contabilitatea retribuirii muncii este una dintre activitățile fundamentale în ceea ce privește gestionarea financiară a oricărei entități, având o influență majoră pe partea de costuri operaționale, legalitate și satisfacție a angajaților. O mare parte a transparenței și corectitudinii procesului de plată a salariilor angajaților este asigurată de sistemele de salarizare constructive, cum ar fi cele care utilizează ca bază de plată timpul de muncă prestat sau cantitatea de producție realizată. În mod

similar, în cazul în care aceste proceduri sunt realizate corect, nu numai că se creează o atmosferă de lucru stimulativă și motivantă, ci și contribuie la îndeplinirea cerințelor legale minime. Aceste proceduri nu numai că ajută la creșterea eficienței economice, dar și la respectarea legislației naționale în ceea ce privește drepturile angajaților. În prezent, un alt sintagma desemnează vreme de benefic amândurora, dar în mare parte cum angajatorii, este capitalismul semnificativ sustenabil, un sistem de plată eficient fiind esențial în menținerea sănătății financiare a serviciilor și în evoluția muncii. Deci, iată, managementul eficient al cheltuielilor cu salariile și varianta, poate, impozitul direct pe salarii, în ordinea unei circulații economice sustenabile și stabile.

REFERINȚE:

1. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, Câștigul salarial și costul forței de muncă - 2024.
2. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, Distribuția salariilor pe baza câștigului salarial.
3. Caraman, S., & Cușmăunsă, R. (2024). *Contabilitate managerială*. Chișinău, ASEM
4. Codul Muncii al Republicii Moldova nr. 154-XV din 28 martie 2003, cu modificările și completările ulterioare.
5. Hotărârea Guvernului nr. 846/2024 privind salariul minim pe țară.
6. Legea salarizării nr. 847-XV din 14 februarie 2002, cu modificările ulterioare.

Coordonator științific: BAJAN Maia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: bajan.maia@ase.md

ACCOUNTING CHALLENGES IN MANAGING COMMERCIAL DEBTS

PROVOCĂRI CONTABILE PRIVIND GESTIUNEA DATORIILOR COMERCIALE

DĂNILĂ Daniela, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: danila.daniela@ase.md

Abstract: *The management of commercial debts is an essential aspect of economic activity, having a direct impact on the financial stability of enterprises. This research analyzes the accounting challenges related to managing trade liabilities, highlighting their implications for financial reporting and tax obligations. The methodology used includes a documentary analysis of accounting and tax legislation, normative comparison, and the study of relevant sources, including scientific articles and specialized literature. The results obtained emphasize the difficulties in recognizing and adjusting the debts, the fiscal impact of their settlement, and the need for further clarifications within the regulatory framework. The study provides solutions for optimizing the accounting of trade commercial debts, contributing to the improvement of accounting practices and the development of a clearer perspective on this field.*

Keywords: *commercial debts, economic activity, financial reporting, tax obligations*

JEL CLASSIFICATION: M41

INTRODUCERE

Această cercetare este relevantă datorită impactului semnificativ pe care datoriile comerciale îl au asupra stabilității financiare a unei entități economice, influențând atât gestionarea fluxului de numerar, cât și relațiile cu partenerii de afaceri. O coordonare eficientă a acestor datorii este importantă pentru evitarea întârzierilor la plată, a penalizărilor și a posibilelor restricții comerciale care pot afecta stabilitatea financiară a companiei. Obiectivele principale ale cercetării vizează analiza procesului de recunoaștere și înregistrare contabilă a datoriilor comerciale, identificarea dificultăților întâmpinate în gestionarea acestora și evaluarea impactului fiscal al decontării obligațiilor comerciale. De asemenea, studiul urmărește să propună soluții contabile eficiente pentru optimizarea raportării financiare și a conformității cu reglementările în vigoare. Prin această abordare, cercetarea contribuie la dezvoltarea unor practici contabile mai clare și la consolidarea mecanismelor de gestionare a datoriilor comerciale în mediul economic actual. Metodologia utilizată pentru scrierea acestui articol include analiza documentară a legislației contabile și fiscale, compararea normativă și studiul surselor relevante, cum ar fi articole științifice și literatura de specialitate.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Conform punctului 45 din SNC „Capital propriu și datorii”, datoriile comerciale includ datoriile:

- 1) față de furnizori privind bunurile și serviciile procurate;
- 2) față de cumpărători privind avansurile primite în contul livrării ulterioare de bunuri și servicii;
- 3) față de locatori privind bunurile primite în leasing (SNC „Capital propriu și datorii”).

Evaluarea datoriilor comerciale se bazează întotdeauna pe documente justificative, precum facturi fiscale, procese-verbale de recepție, act de prestare a serviciilor, iar înregistrarea acestora se face la valoarea nominală. Evidența analitică a datoriilor comerciale se ține separat pentru fiecare furnizor și antreprenor, având în vedere atât momentul apariției acestora, cât și termenul de achitare.

Pentru centralizarea informațiilor referitoare la existența și evoluția datoriilor comerciale se utilizează conturile de pasiv specific, precum contul 521 „Datorii comerciale curente”, 522 „Datorii

curente față de părțile afiliate” și contul 523 „Avansuri primite curente” (Grigoroii et al., 2021). Pentru evidența datoriilor comerciale pe termen lung se utilizează conturile: 421 „Datorii comerciale pe termen lung”, 422 „Datorii față de părțile afiliate pe termen lung” și 423 „Avansuri primite pe termen lung”. Înregistrarea acestora se realizează conform principiului contabilității de angajamente, ceea ce presupune recunoașterea lor în momentul achiziției bunurilor sau primirii serviciilor. Astfel, simultan, are loc creșterea valorii activelor, a costurilor/cheltuielilor și a datoriilor (Planul general de conturi contabile, 2013).

Punctul 37 din SNC „Capital propriu și datorii” prezintă modalitățile de stingere a datoriilor (SNC „Capital propriu și datorii”), care pot fi prin:

1) achitare în numerar, care se poate realiza fie prin transfer bancar, confirmat de extrasul bancar și ordinul de plată, înregistrându-se formula contabilă Debit 521 „Datorii comerciale curente” Credit 242 „Conturi curente în monedă națională”, 243 „Conturi curente în valută străină”, 244 „Alte conturi bancare”, fie în numerar din casierie, validat prin dispoziția de plată, înregistrarea contabilă fiind Debit 521 „Datorii comerciale curente” Credit 241 „Casa”. De asemenea, plata poate fi efectuată prin titularul de avans, cu prezentarea decontului de avans și a documentelor justificative, prin întocmirea formulei contabile Debit 521 „Datorii comerciale curente” Credit 226 „Creanțe ale personalului” (cu acordarea anticipată a avansului), 532 „Datorii față de personal privind alte operații” (fără acordarea anticipată a avansului).

2) achitare prin avans acordat, care reprezintă plată efectuată pentru achiziții viitoare de bunuri, servicii sau lucrări. La decontarea acestora, se înregistrează o reducere simultană a datoriilor și creanțelor, prin formula contabilă Debit 521 „Datorii comerciale curente” Credit 224 „Avansuri acordate curente”.

3) înlocuire a unei datorii cu alta, mai exact prin contractarea unui credit care presupune utilizarea fondurilor primite de la bancă sau o organizație de creditare pentru achitarea obligațiilor existente. Astfel, suma împrumutată este înregistrată ca o nouă datorie pe termen lung sau scurt, în dependență de perioada pentru care a fost acordat creditul sau împrumutul, înlocuind datoria comercială inițială. Înregistrarea contabilă a acestei operațiuni este Debit 521 „Datorii comerciale curente” Credit 411 „Credite bancare pe termen lung”, 412 „Împrumuturi pe termen lung”, 511 „Credite bancare pe termen scurt”, 512 „Împrumuturi pe termen scurt”.

4) convertire a datoriei ca aport la capital social. Astfel, compensarea datoriilor comerciale cu creanțele unui creditor este posibilă dacă părțile au convenit explicit asupra acestei operațiuni. O astfel de compensare poate avea loc prin convertirea datoriei în aport la capitalul social, fiind înregistrată formula contabilă Debit 521 „Datorii comerciale curente” Credit 314 „Capital neînregistrat” (Lipcanu, 2024).

Ajustarea datoriilor comerciale recunoscute inițial are loc în cazul:

1) primirii reducerilor de preț de la furnizori. Dacă reducerea este aplicată înainte de facturarea mărfurilor, aceasta nu influențează înregistrările contabile, iar documentele reflectă valoarea mărfurilor la prețul final de vânzare, fără reducere. Ajustarea datoriilor comerciale ca urmare a reducerilor de preț acordate de furnizori după recepționarea bunurilor sau serviciilor se înregistrează contabil prin diminuarea datoriilor și creșterea veniturilor curente, Reducerea aplicându-se asupra sumei nete anterioare. Astfel, pentru acest caz se vor executa următoarele înregistrări contabile: Debit 521 „Datorii comerciale curente” la suma calculată a reducerilor aplicabile, Credit 5344 „Datorii față de buget privind TVA” la suma TVA calculată la reducerea bonificată, Credit 612 „Alte venituri din activitatea operațională” la suma veniturilor obținute în urma beneficierii de reducere.

2) returnării bunurilor procurate anterior. În acest caz, ajustarea se înregistrează prin reducerea simultană a datoriilor curente și a valorii activelor imobilizate sau circulante restituite, prin formula contabilă Debit „Active” Debit 5344 „Datorii față de buget privind TVA” Credit 521 „Datorii comerciale curente”, evidențiindu-se suma TVA aferentă activelor returnate, fiind inclusă în paranteze ().

3) corectării erorilor aferente valorii bunurilor procurate în anii precedenți. În cazul în care bunurile procurate în anii precedenți se află în gestiunea entității, se reflectă creșterea simultană a valorii activelor și a datoriilor curente, fie reducerea concomitentă a acestora. În cazul corectării erorilor privind valoarea serviciilor sau a bunurilor achiziționate în anii anteriori care nu mai sunt în gestiunea entității la momentul identificării erorilor, ajustarea se înregistrează fie prin diminuarea corecțiilor rezultatelor anilor precedenți și creșterea datoriilor curente prin formula contabilă Debit 331 „Corecții ale rezultatelor anilor precedenți” Credit 521 „Datorii comerciale curente”, fie prin reducerea datoriilor curente și majorarea corecțiilor rezultatelor anilor precedenți- Debit 521 „Datorii comerciale curente” Credit 331 „Corecții ale rezultatelor anilor precedenți” (SNC „Capital propriu și datorii”).

Nerespectarea termenelor contractuale pentru achitarea obligațiilor financiare determină apariția decontărilor comerciale cu termen expirat. Datoriile cu termen de prescripție expirat se referă la acele obligații neachitate de întreprindere în perioada stabilită față de furnizori pentru bunurile și serviciile achiziționate. Acestea sunt, de regulă, identificate în cadrul procesului de inventariere și trebuie recunoscute ca venituri atât în contabilitatea financiară, cât și în scopuri fiscale. Modul de inventariere a datoriilor este prezentat în compartimentul 10 al Regulamentului privind inventarierea nr. 60 din 29 mai 2012 (Regulamentul privind inventarierea, 2012). Potrivit acestui regulament, inventarierea datoriilor comerciale se efectuează cel puțin o dată pe an. Rezultatele acestora sunt înscrise în INV-10 „Lista de inventariere a creanțelor și datoriilor” în baza datelor din extrasele de cont confirmate de debitori sau creditori, iar în caz de neconfirmare - în baza documentelor primare. În cazul depistării datoriilor cu termen de prescripție expirat, se întocmește Nota informativă, cu indicarea explicațiilor persoanelor responsabile.

În prezent, recunoașterea veniturilor rezultate din decontarea datoriilor cu termen de prescripție expirat nu beneficiază de o reglementare detaliată în legislație și nu este suficient analizată în literatura de specialitate. Această situație generează multiple provocări în practica contabilă din Republica Moldova, ceea ce influențează exactitatea și conformitatea raportărilor financiare. De asemenea, documentarea corectă a procesului de decontare reprezintă un aspect esențial, întrucât lipsa unor proceduri standardizate poate duce la interpretări diferite și la incertitudini privind evidența contabilă. În plus, întreprinderile se confruntă cu dificultăți în înregistrarea acestor tranzacții în conturile contabile și în rapoartele financiare, aspect esențial pentru asigurarea transparenței și conformității cu normele contabile în vigoare. Nu în ultimul rând, analiza implicațiilor fiscale aferente decontării datoriilor cu termen de prescripție expirat este o provocare semnificativă, întrucât impactul asupra obligațiilor fiscale ale întreprinderii trebuie clar definit și gestionat corespunzător.

Recunoașterea acestor venituri presupune identificarea perioadei de gestiune în care trebuie înregistrate și reflectate în situațiile financiare.

Pentru o evidență corectă a decontării acestor datorii, întreprinderile pot utiliza următoarele documente primare și registre contabile:

- 1) procesul-verbal întocmit de comisia de inventariere;
- 2) listele de inventariere a creanțelor și datoriilor;
- 3) balanțele de verificare;
- 4) notele informative;
- 5) ordinul sau dispoziția conducătorului întreprinderii;
- 6) notele contabile aferente tranzacțiilor.

Astfel, procesul de decontare a datoriilor cu termen de prescripție expirat necesită o abordare clară și bine documentată pentru a asigura conformitatea contabilă și fiscală a întreprinderii.

Decontarea datoriilor cu termenul de prescripție expirat implică mai multe provocări fiscale esențiale, dintre care sunt recunoașterea sumelor decontate ca venituri impozabile și restabilirea TVA-ului aferent acestora. Conform articolului 18 lit. j) din Codul Fiscal, datoriile cu termenul de prescripție expirat sunt considerate venituri, cu excepția cazurilor în care datoriile provin din insolabilitatea întreprinderii contribuabile (Codul Fiscal, 1997). La calcularea venitului impozabil, nu

se impun ajustări suplimentare, deoarece sumele decontate sunt recunoscute ca venituri atât în contabilitatea financiară, cât și în scopuri fiscale.

În ceea ce privește restabilirea datoriilor decontate anterior, aceste sume urmează a fi tratate ca deduceri fiscale, deoarece constituie cheltuieli efectuate de întreprindere, iar conform art. 24 alineatul 1 din Codul Fiscal, cheltuielile de acest tip trebuie să fie deduse din venitul impozabil. Astfel, în cazul restabilirii datoriilor decontate anterior, se recunoaște o cheltuială, iar aceasta se deduce la calculul venitului impozabil (Codul Fiscal, 1997).

Un alt aspect important se referă la TVA-ul aferent datoriilor decontate. TVA-ul aferent acestor datorii trebuie restabilit în decontările cu bugetul, deoarece, la decontarea datoriilor, nu sunt respectate condițiile prevăzute de art. 102 alineatul 1 din Codul Fiscal, care stipulează că întreprinderii i se permite trecerea în cont doar a TVA-ului achitat sau care urmează a fi achitat furnizorilor care sunt plătitori de TVA (Codul Fiscal, 1997). Totuși, TVA nu trebuie restabilit în anumite cazuri, cum ar fi pentru avansurile primite, deoarece TVA-ul pentru avansuri se calculează și se achită la încasarea acestora, și pentru bunurile importate, pentru care TVA-ul este deja achitat la momentul completării declarațiilor vamale (Nederița, 2006).

O altă provocare vizează restabilirea datoriilor decontate anterior și posibilitatea trecerii în cont a TVA-ului aferent acestora. Codul Fiscal nu reglementează explicit această situație, ceea ce creează dificultăți pentru întreprinderi (Codul Fiscal, 1997). Totuși, TVA-ul aferent datoriilor restabilite ar trebui să fie pasibil de a fi trecut în cont, deoarece această sumă urmează să fie plătită furnizorilor și îndeplinește condițiile pentru deducere prevăzute de art. 102 din Codul Fiscal, întreprinderile având posibilitatea să deducă TVA-ul aferent datoriilor restabilite, pentru a reflecta corect tranzacțiile fiscale și a asigura conformitatea cu legislația fiscală (Codul Fiscal, 1997).

CONCLUZII

Gestionarea datoriilor comerciale reprezintă un aspect esențial al activității economice, având un impact direct asupra stabilității financiare a întreprinderilor. Studiul de față a evidențiat complexitatea înregistrării și achitării acestor datorii, precum și diversitatea metodelor de restructurare disponibile în cazul dificultăților financiare. În ciuda progreselor în domeniul contabilității financiare, există încă aspecte care necesită aprofundare, în special în ceea ce privește impactul noilor reglementări și adaptarea contabilității la provocările economice actuale. Astfel, această cercetare oferă un cadru teoretic și practic util pentru înțelegerea și optimizarea gestionării datoriilor comerciale, deschizând direcții viitoare pentru studii suplimentare asupra eficienței și sustenabilității strategiilor de restructurare.

REFERINȚE:

1. Codul Nr. 1163 din 24-04-1997, Cod Fiscal al Republicii Moldova. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146721&lang=ro;
2. Grigori, L., & Lazari, L. (2021). *Contabilitatea întreprinderii*. ASEM
3. Lipcanu, M. (2024). Aspectele achitării și restructurării datoriilor comerciale. *International Student Scientific Conference, ISSC 2024 „Challenges Of Accounting For Young Researchers”* 8th edition, p. 254-256. https://caae.ase.md/files/conferinte/issc/Culegere_ISSC_2024.pdf;
4. Nederița, A. (2006). Aspecte teoretice și aplicative ale contabilității veniturilor din decontarea datoriilor cu termenul de prescripție expirat. *Economica*, (4), 101-105. <https://irek.ase.md/xmlui/handle/1234567890/1251>;
5. Ordinul Nr. 60 din 29-05-2012 cu privire la aprobarea Regulamentului privind inventarierea. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=143758&lang=ro;
6. Planul general de conturi contabile publicat în Monitorul Oficial nr. 233-237/1534 din 22.10.2013. <https://mf.gov.md/sites/default/files/legislatie/Planul%20general%20de%20conturi%20contabile.pdf>;
7. SNC „Capital propriu și datorii”. <https://www.contabilsef.md/ro-snc-capital-propriu-i-datorii-ruen-46669/>.

Coordonator științific: LAZARI Liliana, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: liliana.lazari@ase.md

ACCOUNTING FOR LIABILITIES TO STAFF CONCERNING LABOR REMUNERATION

CONTABILITATEA DATORIILOR FAȚĂ DE PERSONAL PRIVIND RETRIBUIREA MUNCII

PRISACARI Alexandrina, studentă, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,

Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail autor: prisacari.alexandrina@ase.md

Abstract: This study explores the concept of salary, which refers to any monetary compensation paid by an employer based on an individual labor contract for work performed. It highlights the significance of salary systems for both employees and employers, emphasizing their impact on motivation, performance, and organizational efficiency. A well-structured salary system is essential for increasing employee productivity. The research reviews current legislation on salaries, including base salary, bonuses, allowances, and other rewards granted by employers. It also examines the tax exemptions available for individuals. The study includes a case example for calculating net salary, considering gross salary, personal exemptions, medical insurance, and income tax. This study provides insights into salary calculations and related tax policies.

Key words: salary, legislation, employee, salary calculation, motivation

JEL CLASSIFICATION: M41

INTRODUCERE

Într-o eră marcată de fluctuații economice și de schimbări rapide pe piața muncii, salariile reprezintă un factor cheie în stabilirea nivelului de trai și a mobilității sociale. Salariul reprezintă un element fundamental al economiilor moderne, având un impact semnificativ asupra stabilității financiare a indivizilor și comunităților.

Salariul reflectă nu doar valoarea muncii depuse, ci performanța unei organizații, având un impact semnificativ asupra satisfacției angajaților și a performanței generale a companiei. Remunerația nu este doar despre bani, ci despre crearea unui mediu de muncă în care angajații se simt respectați și motivați să performeze la cel mai înalt nivel.

Salariu reprezintă orice recompensă sau câștig evaluat în bani plătit salariaților de către angajator sau de organul împuternicit de acesta în temeiul contractului individual de muncă pentru munca executată sau ce urmează a fi executată.

Salariatul reprezintă persoană fizică care prestează o muncă conform unei anumite specialități, calificări sau într-o anumită funcție în schimbul unui salariu în baza contractului individual de muncă.

Importanța salarizării este semnificativă atât pentru angajați cât și pentru angajatori, având impact direct asupra motivării, performanței, satisfacției și eficienței organizaționale. Un sistem salarial echilibrat, clar și motivant reprezintă un factor esențial pentru orice entitate, întrucât poate contribui la creșterea performanței organizaționale.

Un sistem salarial bine structurat poate stimula angajații să fie mai productivi.

Pentru atingerea scopului lucrării s-a examinat legislația în vigoare cu privire la salarizare. De asemenea s-au examinat articole științifice și literatura de specialitate ce studiază tema abordată. La elaborarea prezentei cercetări s-a recurs la: metoda de documentare normativă, metoda analitică, metoda sintezei.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Legea salarizării Nr.847 din 14.02.2002 prevede calcularea salariilor în Republica Moldova.

Datoriile salariale reprezintă salariul de bază, sporurile, adaosurile, premiile, indemnizațiile pentru incapacitatea temporară de muncă, indemnizațiile pentru concediile de odihnă și alte recompense acordate de entitate angajatorilor.

Datoriile salariale se calculează în felul următor:

Datoriile salariale
față de personal

- se contabilizează ca majorare concomitentă a valorii activelor, costurilor/cheltuielilor (în funcție de destinația muncii prestate de către angajați) și a datoriilor curente

Figura 1. Modalitatea de contabilizare a datoriilor față de personal

Sursa: elaborat de autor în baza (SNC "Capital propriu și datorii")

Din salariul angajatului se reține obligatoriu: PAM-9% și impozitul pe venit-12 %

De asemenea fiecare contribuabil (persoană fizică rezidentă) care are un venit anual impozabil mai mic de 360.000 lei are dreptul la o scutire personală în sumă de 29.700 lei pe an.

De asemenea angajatul poate beneficia de scutire personală și de alte scutiri care sunt prezentate și comparate în anul curent față de anul precedent în următoarea figură:

Tipul scutirii	Anul 2024, lei	Anul 2025 , lei
Scutirea personală	27.000	29.700
Scutirea personală majoră	31.500	34.620
Scutirea suplimentară majoră	19.800	21.780
Scutirea pentru persoane în- treținute (copii)	9.000	9.900
Scutirea pentru persoane în- treținute cu dizabilități	19.800	21.780

Figura 2. Comparația scutirilor personale în anul 2025 față de anul 2024

Sursa: elaborat de autor în baza (Politica fiscală 2025: scutirile personale, majorate)

Studiu de caz:

Să se calculeze salariul net al unui angajat aferent contractului individual de muncă cu următoarele condiții: 10.000 lei - salariul brut; angajatul face parte din secția de producere a unei entități producătoare de conserve; beneficiază de scutirea personală; se află la locul de muncă de bază

Rezolvare:

1) $10.000 \cdot 9\% = 900$ lei Calcularea asigurării medicale Dt 531.2 Datorii față de deponenți Ct 533.2 Datorii față de fondurile asigurării obligatorii de asistență medicală

2) $10.000 - 900 - 2.475$ (scutirea personală pentru anul 2025) = 6.625 lei Calcularea venitului impozabil

3) $6.625 \cdot 12\%$ (cota impozitului pe venit) = 795 lei Calcularea impozitului pe venit Dt 531.2 Datorii față de deponenți Ct 534.2 Datorii privind impozitul pe venit din salariu

4) $10.000 - 900 - 795 = 8.305$ lei *Calcularea salariului îndreptat spre plată Dt 531.1 Datorii salariale Ct 531.2 Datorii față de deponenți*

În urma calculelor efectuate observăm că angajatul va primi un salariu net de 8.305 lei, având salariul de bază (brut) de 10.000 lei, întrucât s-au aplicat toate reținerile și scutirea personală de care beneficiază angajatul. Astfel, se evedențiază importanța cunoașterii legislației în vigoare, a tuturor reținelor care se fac pe baza salariului angajatului, care influențează venitul net al acestuia.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

În concluzie, salariile reprezintă un element fundamental al economiei și al relațiilor de muncă, având un impact direct asupra nivelului de trai al indivizilor și asupra competitivității organizațiilor. Un sistem salarial eficient nu doar că reflectă valoarea muncii prestate, dar are și rolul de a motiva angajații, de a atrage talente și de a asigura echitatea în cadrul pieței muncii. Este important ca angajatorii să țină cont de prevederile legale în vigoare pentru a asigura un mediu de lucru transparent. Este esențial ca salariile să fie adaptate la condițiile economice și să țină cont de nevoile și așteptările angajaților, dar și de sustenabilitatea pe termen lung a organizațiilor.

Recomandări:

- ✓ Transparența salarială - este esențial ca organizațiile să adopte politici salariale transparente și echitabile pentru a evita orice discriminare și pentru a menține motivația angajaților
- ✓ Revizuirea periodică a legislației fiscal - angajatorii trebuie să urmărească cu atenție modificările fiscale
- ✓ Inovație în sistemele de recompensare - pe lângă salariul de bază, angajatorii pot implementa un sistem de recompense suplimentare, cum ar fi bonusuri pentru performanță, care să contribuie la creșterea productivității și loialității angajaților
- ✓ Stimularea dezvoltării personale - implementarea unor programe de formare continuă și de dezvoltare profesională poate fi o metodă eficientă de a motiva angajații
- ✓ Evaluarea continuă a nivelului de angajament și bunăstare a angajaților - reprezintă un demers fundamental pentru organizațiile care doresc să îmbunătățească performanța generală și să optimizeze mediul de lucru. Prin implementarea unor sondaje periodice, organizațiile pot obține date valoroase care reflectă percepțiile angajaților asupra diferitelor aspecte ale activității profesionale, inclusiv condițiile de muncă, relațiile interpersonale și oportunitățile de dezvoltare profesională.

REFERINȚE:

1. Codul fiscal al Republicii Moldova din 18.07.1997, articolul 33 „Scutiri personale”. www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=146721&lang=ro
2. Legea contabilității și raportării financiare Nr. 287 din 15.12.2017. www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=125231&lang=ro
3. Legea salarizării Nr. 847 din 14.02.2002. www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=144713&lang=ro
4. Planul general de conturi contabile. www.contabilsef.md/planul-general-de-conturi-contabile
5. Politica fiscală 2025: scutirile personale, majorate din 02.01.2025. monitorul.fisc.md/en/politica-fiscala-2025-scutirile-personale-vor-fi-majorate/?ysclid=m8kdz1065472936240
6. SNC „Capital propriu și datorii”. monitorul.fisc.md/upload/library/files/2015/02/9gg1izy7ev.pdf

Coordonator științific: CAUȘ Lidia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: caus.lidia.ion@ase.md

LEASING FINANCING OF ECONOMIC AGENTS IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

FINANȚAREA PRIN LEASING A AGENȚILOR ECONOMICI ÎN REPUBLICA MOLDOVA

SIREȚEANU Patricia, studentă, specialitatea: Contabilitate
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: sireteanu.patricia@ase.md

Abstract: *The success of a business largely depends on its ability to adapt quickly and effectively to changes in the external environment. To do this, businesses need effective management tools to evaluate their position in the market, analyze evolving trends, and anticipate potential problems that may threaten operations. Leasing is a viable and efficient option for driving economic development in Moldova. The government and economic actors must collaborate to create an environment conducive to investment, promoting innovation and sustainability across all sectors of the economy. In Moldova, leasing is increasingly seen as a solution to the challenge of financing business growth, particularly for businesses seeking to expand and modernize production without relying on high-interest loans.*

Leasing is a vital tool for businesses in Moldova, providing access to modern equipment with minimal initial capital and supporting business expansion and modernization efforts. However, the financial culture of local businesses needs improvement to fully benefit from leasing opportunities, and more efforts are needed to create a supportive fiscal environment for operational leasing.

Key words: *small and medium enterprises, business, financial leasing, credit*

JEL CLASSIFICATION: M41

INTRODUCERE

Succesul unei afaceri depinde, în mare măsură, de abilitatea acesteia de a se adapta rapid și eficient la schimbările mediului înconjurător. În acest sens, este esențial să se dezvolte instrumente de management care să permită factorilor de decizie să evalueze poziționarea afacerii față de mediul de afaceri în care operează, să analizeze tendințele de evoluție și să anticipeze eventualele probleme care ar putea amenința activitatea acesteia. Problema investițiilor reprezintă o chestiune de importanță majoră pentru Republica Moldova. Provocările actuale includ acumularea lentă a capitalului propriu, scăderea capacității de economisire atât în rândul întreprinderilor, cât și al populației, lipsa unor evaluări realiste pentru dezvoltarea pe termen lung și dobânzile ridicate. În fața acestor provocări, Republica Moldova are nevoie de strategii de dezvoltare bine concepute, care să includă planuri de investiții clare, alternative viabile, proiecte concrete și un sistem eficient de evaluare și selecție. Este esențial un management competent al procesului investițional, capabil să aducă rezultate sustenabile.

Pentru întreprinderile cu resurse financiare limitate, renovarea bazei tehnice de producție poate fi realizată prin utilizarea leasingului. Această soluție a devenit evidentă încă din primele etape ale tranziției către economia de piață, fiind o opțiune accesibilă și eficientă pentru stimularea dezvoltării economice a Republicii Moldova. În acest sens, este esențial ca autoritățile și actorii economici să colaboreze pentru a crea un mediu favorabil investițiilor, promovând inovația și sustenabilitatea în toate sectoarele economiei. Doar printr-o abordare integrată și strategică poate fi asigurată o dezvoltare economică solidă și durabilă pentru țară.

Leasingul a devenit una dintre cele mai eficiente metode de finanțare pentru agenții economice. În ultimele decenii, leasingul a evoluat constant, caracterizându-se prin flexibilitate și diversi-

tate în aplicare. Piața leasingului din Republica Moldova a cunoscut, de asemenea, creșteri pozitive, deși ritmul de expansiune este mai lent comparativ cu alte țări. Un moment deosebit în evoluția acestei piețe a fost anul 2000, care a marcat o schimbare semnificativă. Leasingul, care până atunci nu era o opțiune prea căutată, a devenit o soluție esențială pentru majoritatea agenților economici din țară. Această formă de finanțare oferă un suport important pentru companiile care doresc să achiziționeze echipamente și utilaje, dar care nu dispun de fondurile necesare, fiind în special utilă pentru întreprinderile care doresc să-și extindă activitatea și să-și îmbunătățească performanțele.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Piața serviciilor de leasing din Republica Moldova este relativ tânără, însă se află într-o continuă dezvoltare și evoluție. Această piață a parcurs mai multe etape importante de-a lungul timpului. Primele premise pentru înființarea serviciilor de leasing au fost stabilite în 1996, odată cu aprobarea primei legi de leasing. Totuși, această legislație era considerată insuficientă, având norme care nu stimulau eficient dezvoltarea sectorului.

O etapă semnificativă în evoluția pieței leasingului a avut loc în 2002, când au apărut primele companii specializate în leasing, precum MAIB Leasing și Euroleasing. În 2003, a fost înființat un alt operator, BS-Leasing Grup, urmat în 2004 de IM și Consulting Grup sub brandul IMC Leasing, precum și de Excelent-Leasing și Galas-Leasing. Un moment crucial a fost în 2005, când s-au adoptat o nouă lege privind leasingul și amendamente la Codul Fiscal și Codul Civil, ceea ce a marcat o avansare semnificativă în dezvoltarea sectorului. Aceste reglementări au extins tipurile de subiecți și obiecte care pot fi incluse în contractele de leasing și au stabilit o corelație între dobânzile de leasing și cele ale băncilor comerciale, creând astfel un mediu favorabil pentru operatorii de leasing și clienții lor. Legislația nou adoptată a avut un impact stimulator, ducând la înființarea a șase noi companii de leasing în 2006, dintre care trei aveau capital străin 100% și erau fondate de grupuri cu experiență solidă în domeniu. Creșterea rapidă a pieței a intensificat competiția, atrăgând și mai multe companii în acest sector, ceea ce a dus la consolidarea pozițiilor celor deja existente.

În ansamblu, companiile de leasing sunt adesea afiliate instituțiilor financiare naționale și internaționale. Exemplele de succes includ EuroLeasing, MAIB-Leasing și BS-Leasing, care au fost printre primele în acest domeniu și au avut acces la resursele băncilor, sporindu-și astfel competitivitatea. De asemenea, companii precum IMC Leasing, Total Leasing, Top Leasing și Raiffeisen Leasing, fondate de grupuri financiare internaționale, au intrat pe piața moldovenească, aducând cu sine expertiză și resurse financiare considerabile. Aceste companii beneficiază de avantajele clare ale afilierii la grupuri internaționale, cum ar fi accesul la resurse mai ieftine și la linii de creditare, datorită reputației grupului din care fac parte.

Leasingul are mai multe forme deoarece se adaptează diverselor nevoi financiare și strategii de afaceri, în funcție de tipul de bunuri, structura financiară, scopul utilizării acestora și reglementările legale ale fiecărei țări. Fiecare formă de leasing are particularități care răspund unor cerințe sau situații specifice ale locatarilor și locatorilor, cum ar fi:

1. Diversitatea nevoilor financiare și operaționale ale întreprinderilor;
2. Tipologia bunurilor și a utilizării acestora;
3. Diferențele în scopul și durata utilizării bunului;
4. Condițiile fiscale și reglementările legale.

Leasingul financiar asigură la semnarea contractului transferul de riscuri și beneficii asociate dreptului de proprietate asupra bunului dat în leasing către locatar, unde valoarea totală a ratelor de leasing să reprezinte minimum 90% din valoarea de achiziție a bunului, iar durata leasingului să fie mai mare de 75% din durata estimată de funcționare a bunului.

Leasingul operațional este o operațiune care nu respectă condițiile unui contract de leasing financiar.

Leasingul barter presupune o tranzacție în care locatarul plătește ratele de leasing cu bunuri de care este proprietar.

Leasingul de compensare implică o operațiune în care locatorul primește marfă produsă cu ajutorul echipamentului supus leasingului, în schimbul ratelor de leasing.

Lease-back este o operațiune în care o persoană transferă dreptul de proprietate asupra unui bun către o altă parte, cu intenția de a-l închiria ulterior prin leasing.

Leasingul de consum se referă la operațiunea de leasing în care locatarul este un consumator final.

Leasingul direct presupune ca locatorul să fie și furnizorul bunului, având ambele roluri simultan.

Leasingul intern se referă la tranzacțiile de leasing între entități care sunt toate rezidente ale Republicii Moldova.

Leasingul internațional presupune o operațiune de leasing în care una dintre părți, fie locatorul, fie locatarul, nu este rezident al Republicii Moldova.

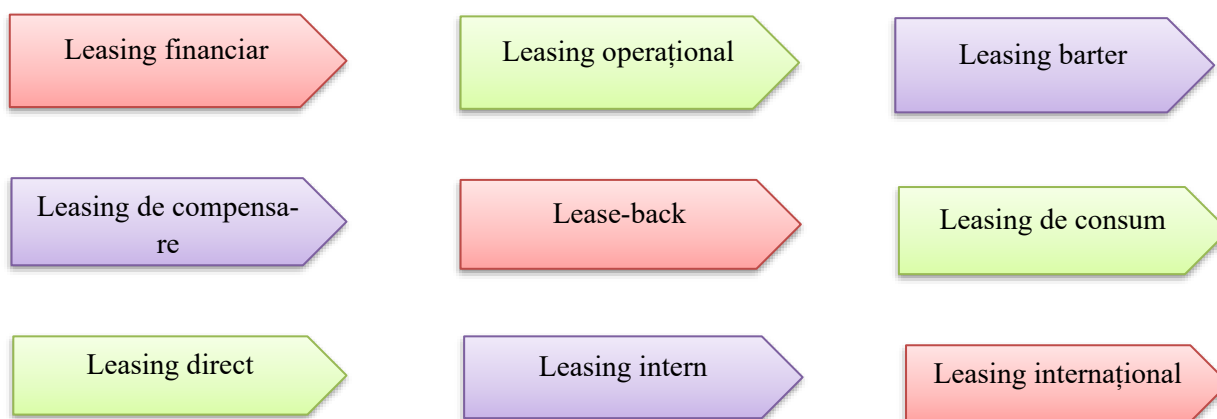


Figura 1. Formele leasingului

Sursa: elaborat de autor în baza (Ursu, 2023)

Pe baza experienței internaționale, se poate concluziona că leasingul joacă un rol crucial în fluxurile de investiții. În contextul tranziției economice, este esențial ca leasingul să fie privit ca o formă de investiție. Dezvoltarea leasingului a fost posibilă datorită recunoașterii de către companiile de leasing și beneficiarii acestora a valorii sale, evidențiată prin rentabilitatea și siguranța fondurilor investite. Datorită rapidității sale, leasingul răspunde prompt nevoilor întreprinderilor care întâmpină dificultăți financiare din mai multe motive:

- Leasingul permite companiilor să-și focalizeze resursele asupra activităților profitabile, simplificând astfel gestionarea investițiilor.

- Prin leasing, locatorul se angajează să ofere bunuri în folosință temporară, în timp ce locatarul plătește ratele de leasing. Acest mecanism permite locatarului să coreleze plățile cu veniturile generate de utilizarea bunului, astfel facilitând desfășurarea poverii financiare în timp.

- Leasingul asigură o finanțare integrală a afacerii prin fonduri externe, contribuind la îmbunătățirea capitalului propriu, în special pentru întreprinderile nou înființate.

- Chiar și pentru companiile în creștere, leasingul este o opțiune favorabilă, deoarece le permite economisirea fondurilor proprii, care pot fi redirecționate spre alte investiții.

Tranzacțiile de leasing au devenit o sursă importantă de investiții, influențate de mai mulți factori: creșterea flexibilității financiare, necesitatea de a dota agenții economice cu echipamente moderne și preocuparea privind deprecierea rapidă a echipamentelor. Leasingul oferă soluții și pentru problemele legate de garanții, răspunzând astfel cerințelor băncilor de a obține garanții adecvate pentru creditele acordate.

Principiile care susțin popularitatea leasingului ca metodă de investiție și dezvoltare includ:

1. Utilizarea efectivă a echipamentelor, deoarece profitul provine din utilizarea eficientă a bunurilor, nu din proprietatea lor.

2. Deținerea echipamentelor învechite nu este benefică pentru o companie, fapt susținut în leasing.

3. Obținerea, cu un capital minim, a unor echipamente moderne și performante crește eficiența și voluminozitatea afacerii, generând astfel profituri mai mari.

În fața provocării de a găsi surse de finanțare sigure, leasingul devine o opțiune viabilă pentru întreprinderile din Moldova, permițând atragerea de fonduri la un cost accesibil, esențial pentru extinderea și modernizarea producției. Deși creditele bancare sunt o modalitate de finanțare, accesibilitatea lor este limitată pentru multe întreprinderi. În acest context, leasingul poate reprezenta o soluție eficientă și benefică pentru dezvoltarea afacerilor locale.

Deși formele leasingului sunt variate, agenții economici din Moldova au la dispoziție două opțiuni principale pentru finanțare: leasingul operațional și leasingul financiar. Dacă o companie are nevoie de o capacitate sporită de transport pe termen scurt, leasingul operațional este soluția optimă. În schimb, pentru o flotă de vehicule pe termen lung, leasingul financiar reprezintă alternativa mai avantajoasă.

Diferența esențială dintre cele două tipuri de leasing constă în modul în care se finalizează contractul. În leasingul financiar, utilizatorul devine proprietar al bunului, cum ar fi un autoturism, după achitarea ultimei rate. În contrast, în cazul leasingului operațional, utilizatorul nu are obligația de a achiziționa bunul la finalul perioadei de leasing. Leasingul operațional implică închirierea bunului, iar în ratele de leasing sunt incluse costurile pentru asigurare și reparații. La final, compania de leasing poate reintroduce bunul în circuitul comercial prin noi contracte sau prin lichidarea stocurilor de bunuri uzate, având astfel posibilitatea de a-și recupera investiția și de a-și reînnoi oferta. Gestionarea unei companii de leasing operațional în Republica Moldova poate fi o provocare, având în vedere necesitatea de a dispune de o piață solidă pentru utilizatorii inițiali și de o piață secundară pentru valorificarea bunurilor utilizate.

Un aspect important este că, în leasingul financiar, utilizatorul suportă cheltuielile de întreținere ale vehiculului, ceea ce constituie un dezavantaj comparativ cu leasingul operațional. În cazul leasingului operațional, utilizatorul semnează un contract pe o perioadă determinată și plătește o rată lunară care acoperă utilizarea bunului, iar compania de leasing se ocupă de toate cheltuielile asociate, inclusiv taxe, asigurări și reparații. Rata lunară este formată din amortizarea bunului și profitul companiei de leasing, iar vehiculul este înregistrat în contabilitatea acesteia ca un activ fix.

Companiile de leasing din Moldova sunt mai reticente în a oferi leasing operațional din cauza riscurilor și costurilor mai mari implicate. De asemenea, lipsa unei reglementări clare în domeniul leasingului și a unei politici fiscale favorabile contribuie la această situație. Deși leasingul financiar nu este supus impozitării cu TVA, leasingul operațional este, ceea ce crește considerabil costul bunului achiziționat prin această metodă. Leasingul operațional, însă, poate face achiziționarea de vehicule mai accesibilă pentru companii, oferind o soluție financiară avantajoasă. În Republica Moldova, au existat încercări din partea companiilor de a oferi leasing operațional, însă nu s-au concretizat operațiuni de succes în acest domeniu. Cererea pentru astfel de servicii rămâne scăzută, iar cultura financiară a agenților economici necesită îmbunătățiri. Unicul avantaj în prezent îl au companiile care se ocupă cu vânzarea de autovehicule second-hand, beneficiind de importurile masive de vehicule din Uniunea Europeană realizate prin leasing.

CONCLUZII

Fiecare provocare întâlnită în domeniul contabilității este, în esență, o oportunitate pentru profesioniștii contabili să își demonstreze abilitățile și să își consolideze poziția în societate. Prin abordarea strategică și colaborativă a acestor provocări, profesia contabilă poate să se adapteze la schimbările economice și tehnologice din ce în ce mai rapide și să rămână relevantă într-un mediu din ce în ce mai complex și dinamic.

Aceste provocări pot servi ca stimuli pentru inovare și îmbunătățire continuă. Abordarea strategică implică anticiparea schimbărilor și pregătirea pentru acestea în avans. Profesioniștii contabili pot să își evalueze procesele și practicile curente și să identifice moduri în care acestea pot fi îmbunătățite sau ajustate pentru a face față provocărilor viitoare. Prin abordarea strategică și colabo-

rativă a provocărilor, profesia contabilă poate să-și întărească poziția și să-și mențină relevanța în fața schimbărilor continue din mediul economic și tehnologic. Astfel, fiecare provocare devine, de fapt, o oportunitate pentru profesioniștii contabili să își demonstreze valoarea și să contribuie la succesul organizațiilor și clienților lor.

REFERINȚE:

1. Bugaian, L. & Malcoci, G. (2009). *Leasingul o oportunitate investițională în Republica Moldova*. Universitatea Tehnică a Moldovei.
2. Cușnir, C. (2016). Sporirea forței și asigurarea viabilității agenților economici autohtoni prin prisma diversificării surselor de finanțare. *Dezvoltarea economico-socială durabilă a euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere*, Iași, România, pp.130-136.
3. Pîslaruc, D. (2010). Oportunități și tendințele dezvoltării leasingului pe plan național și internațional. *Simpozionul științific internațional*, Chișinău, Moldova, pp.269-274.
4. Ursu, D. (2023). Operațiunile de leasing și perspectivele de dezvoltare a acestora în practica națională. *Simpozionul Științific al Tinerilor Cercetători*, Ediția a XXI-a, Chișinău, Republica Moldova, pp.74-79.

Coordonator științific: CAUȘ Lidia, dr., conf. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: caus.lidia.ion@ase.md

PURCHASING POWER OF THE POPULATION OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA UNDER INFLATION PRESSURE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF INCOME AND EXPENDITURE

PUTEREA DE CUMPĂRARE A POPULAȚIEI DIN REPUBLICA MOLDOVA SUB PRESIUNEA INFLAȚIEI: O ANALIZĂ COMPARATIVĂ A VENITURILOR ȘI CHELTUIELILOR

COJOCARU Valeria, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: cojocaru.valeria.u2ps@ase.md

***Abstract.** The dynamics of income, expenditure and inflation rate have a significant impact on the purchasing power of the population of the Republic of Moldova. To determine real growth, the analysis of average income per capita must include the evolution of prices. The income structure includes salaries, pensions, remittances and income from independent activities, each of which has its own dynamics. The consumption of essential goods, such as food and utilities, dominates the population's expenditures, and the household budget is directly affected by the increase in the prices of these products. The reduction in the quantity of goods and services that can be purchased with the same nominal income is an example of the effect of inflation on purchasing power. To mitigate the negative effects of inflation, economic policies are needed that stimulate the growth of real incomes, control inflation and protect vulnerable groups of the population.*

***Key words:** inflation, growth, dynamics, prices, services, purchasing power.*

JEL CLASSIFICATION: C1, E4, O1.

INTRODUCERE

Analiza puterii de cumpărare a populației din Republica Moldova devine esențială în contextul economic actual, marcat de fluctuații și dificultăți. Această cercetare dorește să ofere o înțelegere succintă și detaliată a modului în care inflația afectează capacitatea populației de a-și satisface nevoile de bază.

Obiectivul principal al acestei lucrări este de a evalua impactul inflației asupra puterii de cumpărare a populației prin analizarea evoluției veniturilor și cheltuielilor gospodăriilor. În plus, scopul este de a identifica factorii determinanți ai inflației, precum și modul în care acești factori afectează diferite categorii sociale.

Acest studiu este important deoarece poate oferi informații utile pentru a crea politici economice care protejează puterea de cumpărare a populației și asigură o creștere economică durabilă. Analiza comparativă a veniturilor și cheltuielilor va arăta cât de vulnerabile sunt diferitele grupuri sociale și va oferi sugestii pentru îmbunătățirea situației economice.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Cercetarea în cadrul articolului, se bazează pe literatura de specialitate, în ceea ce privește domeniul financiar la nivel național și internațional. Prin intermediul Biroului Național de Statistică, datorită a multor articole academice și rapoarte naționale și internaționale, am obținut o analiză amplă a veniturilor medii pe cap de locuitor și a cheltuielilor în concordanță cu procesul inflationist.

Puterea de cumpărare a populației din Republica Moldova a fost influențată semnificativ de inflație în ultimii ani. Deși veniturile disponibile medii lunare pe persoană au crescut în 2023, această creștere a fost în mare parte neutralizată de rata inflației.

Structura veniturilor arată că salariile reprezintă principala sursă, urmate de prestațiile sociale și activitățile pe cont propriu. Transferurile bănești din afara țării continuă să joace un rol important în bugetele gospodăriilor, deși ponderea lor a scăzut ușor comparativ cu anii precedenți. (Statistica.md, 2023)

Cheltuielile de consum au crescut în 2023, principalele destinații fiind produsele alimentare, locuința și utilitățile, îmbrăcămintea și încălzăminte. Se observă diferențe semnificative între mediul urban și rural, atât în ceea ce privește veniturile, cât și cheltuielile, populația urbană având venituri și cheltuieli mai mari. (BNS.md, 2023)

Veniturile disponibile ale populației reprezintă totalitatea mijloacelor bănești și în natură provenite din activitatea salariată și pe cont propriu, de la realizarea producției agricole din gospodăria auxiliară, venit din proprietate, pensii și alte prestații sociale, și alte transferuri curente (inclusiv mărfuri și sume bănești primite din afara gospodăriei).

Veniturile disponibile după tip pot fi bănești și în natură:

(1) Veniturile bănești reprezintă mijloacele bănești încasate de către populație din diferite surse de proveniență și pentru care nu există obligația de restituire;

(2) Veniturile în natură (evaluate în lei) reprezintă atât contravaloarea consumului din resursele proprii ale gospodăriei (gospodăria auxiliară, stocuri, etc.), cât și contravaloarea veniturilor în natură obținute de la locul de muncă, studii, persoane particulare, prestații sociale etc. Evaluarea în lei se efectuează la prețurile medii de cumpărare a produselor în perioada de referință. (Ina Emeliana, 2022)Pentru o mai bună claritate, datele sunt organizate în tabelul de mai jos:

Tabelul 1. Structura veniturilor disponibile ale populației, în anii 2022-2023, %

Surse de venit	2022	2023
Activitatea salarială	50,7	52,5
Prestații sociale	20,3	20,7
Activitatea individuală agricolă	7,8	6,4
Activitatea individuală non-agricolă	6,2	6,3
Alte venituri	15,0	14,2

Sursa: elaborat de autor în baza datelor de pe statistica.md

Analizând structura veniturilor populației din Republica Moldova pentru anii 2022 și 2023, se remarcă următoarele tendințe: și-a consolidat poziția ca principală sursă de venit, crescând activitatea salarială de la 50,7% în 2022 la 52,5% în 2023. Demonstrând rolul continuu al asistenței sociale în veniturile gospodăriilor, prestațiile sociale au crescut ușor, de la 20,3% în 2022 la 20,7% în 2023. De la 7,8% în 2022 la 6,4% în 2023, activitatea individuală agricolă a scăzut, sugerând o reducere a dependenței gospodăriilor de agricultură sau o diversificare a surselor de venit. Activitatea individuală non-agricolă a rămas relativ constantă, cu o ușoară creștere de la 6,2 la 6,3 în 2023. Acest lucru indică faptul că activitățile economice independente în afara sectorului agricol continuă să existe.

Alte venituri au scăzut de la 15,0 la 14,2 la 2023, ceea ce sugerează o scădere a veniturilor din surse precum transferurile bănești din afara țării. În cele din urmă, datele arată că, în timp ce contribuția activităților agricole și a altor surse de venit a scăzut, ponderea veniturilor salariale și a prestațiilor sociale a crescut în structura veniturilor populației. Aceste modificări indică o tranziție către surse de venit formalizate și mai stabile în Republica Moldova.

Această evoluție a veniturilor populației influențează, la rândul său, structura cheltuielilor de consum. Pe măsură ce sursele de venit devin mai formalizate și stabile, se pot observa schimbări și în modul în care gospodăriile își alocă resursele pentru necesitățile zilnice.

Cheltuielile de consum ale populației corespund cheltuielilor în bani și în natură pentru necesitățile curente de consum ale gospodăriei: produse alimentare, procurarea mărfurilor nealimentare și plata serviciilor. Următorul tabel ilustrează în mod clar aceste informații:

Tabelul 2. Structura cheltuielilor de consum ale populației, în 2022-2023, %

Cheltuieli	2022	2023
Produse alimentare și băuturi nealcoolice	41,1	39,7
Locuință, apă, electricitate și gaze	16,3	17,6
Îmbrăcăminte și încălțăminte	8,4	7,8
Transport	7,4	7,0
Mobilier, dotarea și întreținerea locuinței	5,8	5,3
Sănătate	5,1	4,4
Telecomunicație	4,0	4,3
Băuturi alcoolice și tutun	1,7	1,7
Altele	10,2	12,2

Sursa: elaborat de autor în baza datelor de pe statistica.md

Analizând structura cheltuielilor populației din Republica Moldova în anii 2022 și 2023, se remarcă următoarele tendințe: Cheltuielile cu alimente și băuturi nealcoolice au scăzut de la 41,1% în 2022 la 39,7% în 2023, ceea ce indică o scădere ușoară a ponderii alocate acestor produse. În același timp, cheltuielile pentru locuință, apă, electricitate și gaze au crescut de la 16,3% în 2022 la 17,6% în 2023, reflectând costurile crescute ale acestor servicii. Cheltuielile pentru îmbrăcăminte și încălțăminte au scăzut de la 8,4% în 2022 la 7,8% în 2023, sugerând o scădere a cheltuielilor. În plus, cheltuielile cu transportul au scăzut de la 7,4% în 2022 la 7,0% în 2023, iar cheltuielile cu mobilierul, dotarea și întreținerea locuinței au scăzut de la 5,8 la 5,3 la 2023. Cheltuielile pentru sănătate au scăzut de la 5,1% în 2022 la 4,4% în 2023, ceea ce sugerează o scădere a cheltuielilor. În schimb, cheltuielile de telecomunicații au crescut ușor de la 4,0% în 2022 la 4,3% în 2023, ceea ce demonstrează o creștere a cheltuielilor în această industrie. Consumul de băuturi alcoolice și tutun a rămas constant la 1,7% în ambii ani, ceea ce arată că consumul a rămas constant. În categoria "Altele", cheltuielile au crescut de la 10,2% în 2022 la 12,2% în 2023, indicând o diversificare a cheltuielilor în alte categorii.

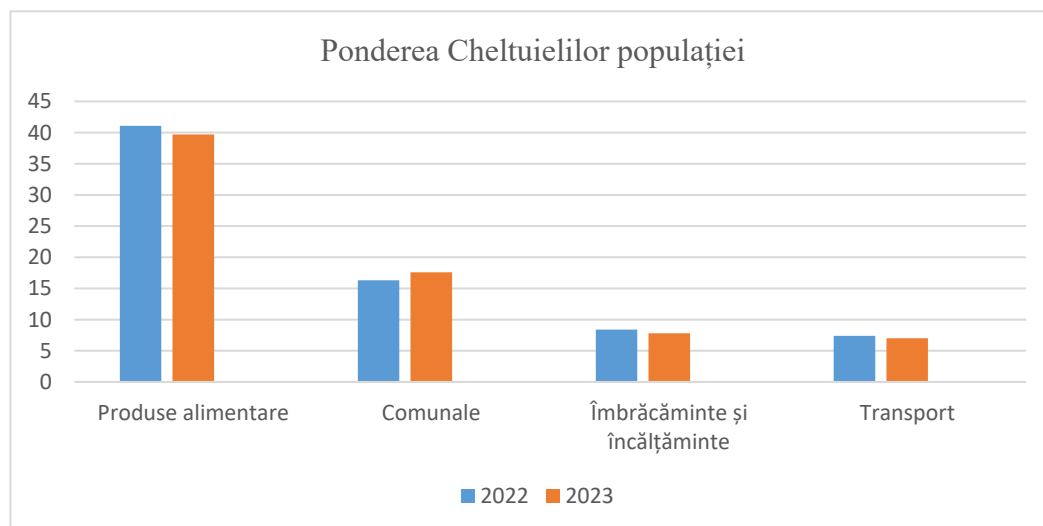


Figura 1. Cele mai mari cheltuieli

Sursa: elaborat de autor în baza datelor de pe statistica.md

De asemenea, inflația contribuie foarte mult la variația cheltuielilor și veniturilor în diferite perioade. Care sunt cauzele inflației? Prețurile au tendința de a crește atunci când cererea de bunuri și servicii este mai mare decât oferta în economie. Prețurile tind să scadă atunci când agenții economici furnizează mai multe bunuri și servicii decât doresc sau au nevoie oamenii. Principalele cauze ale inflației pot fi grupate în trei categorii mari:

(1) inflația determinată de cerere este cauzată de factori precum creșterea cheltuielilor de consum ale menajelor, creșterea cheltuielilor investiționale ale firmelor și creșterea fluxului valutei străine.

(2) Inflația determinată de costuri apare în cazul în care se reduce oferta agregată, cauzele principale fiind: creșterea prețurilor la materiile prime, creșterea salariilor nominale și creșterea presiunii fiscale.

(3) așteptările inflaționiste sunt prevederi pe care gospodăriile și firmele le au cu privire la creșterile viitoare ale prețurilor. Acestea sunt importante, deoarece așteptările privind creșterile viitoare ale prețurilor pot afecta deciziile economice curente spre consum, majorând cererea și, consecutiv, rata inflației. (BNM.md, 2024)

Dinamica veniturilor și cheltuielilor gospodăriilor influențează capacitatea populației din Republica Moldova de economisire. Conform datelor Biroului Național de Statistică (BNS), în anul 2023, venitul disponibil mediu lunar pe o persoană a constituit 4 465,5 lei, în creștere cu 14,1% față de anul precedent. În același interval, cheltuielile medii lunare de consum au fost de 4 256,7 lei per persoană, marcând o creștere de 13,2% comparativ cu 2022.

Potrivit structurii cheltuielilor, ponderea alocată alimentelor și băuturilor nealcoolice a scăzut de la 41,1% în 2022 la 39,7% în 2023. În schimb, cheltuielile cu apă, gaze, electricitate și locuință au crescut de la 16,3% la 17,6% în aceeași perioadă.

Având în vedere că veniturile au crescut într-un ritm ușor mai mare decât cheltuielile, aceste schimbări arată o ușoară îmbunătățire a capacității de economisire a populației. Cu toate acestea, este important de menționat că potențialul de economisire al gospodăriilor poate fi limitat dacă cheltuielile de locuință și utilități cresc. Pentru a susține această tendință favorabilă, ar fi necesară adoptarea unor politici care să stimuleze creșterea veniturilor și să controleze inflația. Acest lucru va oferi cetățenilor mai multă stabilitate financiară.

CONCLUZII/RECOMANDĂRI

Analizând datele care sunt disponibile, se pare că veniturile medii lunare pe persoană în Republica Moldova au crescut mai mult decât creșterea cheltuielilor de consum în 2023. Această tendință indică faptul că capacitatea de economisire a populației a crescut. Cu toate acestea, potențialul de economisire poate fi limitat dacă cheltuielile de locuință, apă, gaze și electricitate cresc. Pentru a susține această tendință favorabilă, ar trebui să se diversifice economia. Acest lucru ar putea fi realizat prin încurajarea sectorului privat și a industriilor cu valoare adăugată mare; investiții în educație și formare profesională pentru a crește productivitatea și salariile; adoptarea de politici fiscale și monetare eficiente pentru a controla inflația și pentru a garanta stabilitatea macroeconomică; sprijinirea agriculturii și a mediului. Aceste măsuri ar putea crește puterea de cumpărare și nivelul de trai al cetățenilor din Republica Moldova.

REFERINȚE:

1. Banca Națională a Moldovei. (2024). Preluat de pe BNM.MD: inflatia-de-ce-apare-si-ce-instrumente-are-statul-pentru-mentine-stabilitatea-preturilor
2. Biroul Național de Statistică. (2023). Preluat de pe Statistica.md: veniturile-si-cheltuielile-populatiei-in-anul-2023
3. Veniturile și cheltuielile populației) chrome-extension://statistica.gov.md/public/files/Metadata/CBGC.pdf
4. Veniturile și cheltuielile populației în anul 2023 veniturile-si-cheltuielile-populatiei-in-anul-2023

Coordonator științific: POPOVICI Lia, assist. univ.

Academia de Studii Economice din Moldova

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail: liyapopovici@gmail.com

ECONOMIC DYNAMICS AND THE REAL ESTATE MARKET: THE CORRELATION BETWEEN INCOME, INTEREST RATES, AND HOUSING PRICES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

DINAMICA ECONOMICĂ ȘI PIAȚA IMOBILIARĂ: CORELAȚIA DINTRE VENITURI, RATELE DOBÂNZILOR ȘI PREȚURILE LOCUINȚELOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA

JITARI Snejana, studentă, specialitatea: Finanțe și Bănci
Academia de Studii Economice din Moldova, Republica Moldova,
Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: jitari.snejana@ase.md

Abstract. *This study analyzes the interaction between income, interest rates, and housing prices in the Republic of Moldova, highlighting how these variables influence the real estate market. Economic growth and housing affordability are closely linked to income dynamics and credit conditions. Interest rates play a crucial role in determining housing demand, affecting both mortgage accessibility and investor behavior. The study explores the correlations between these factors, emphasizing their impact on housing affordability and market stability.*

Keywords: *income, interest rates, housing prices, real estate market*

JEL CLASSIFICATION: E31, E43, R21, R31

INTRODUCERE

Piața imobiliară a Republicii Moldova a suferit, în ultimul deceniu, multiple transformări economice, influențate de factori macroeconomici esențiali, precum veniturile populației, rata dobânzii și prețurile locuințelor. Accesibilitatea locuințelor nu este doar o problemă economică, ci și una socială, având un impact direct asupra stabilității financiare și calității vieții populației. Cu toate acestea, realitatea economică arată că piața imobiliară din Republica Moldova se confruntă cu dezechilibre semnificative, provocate de fluctuația prețurilor și dificultatea accesării creditelor ipotecare.

Importanța studiului: Unul dintre obiectivele principale ale acestei lucrări este să analizeze corelația dintre veniturile populației, rata dobânzii și prețurile locuințelor. În Republica Moldova, aceste aspecte sunt de o importanță majoră, datorită caracterului fluctuant al pieței imobiliare și lipsei unor politici coerente care să faciliteze accesul la locuințe. Totodată, este esențială evaluarea gradului de accesibilitate a locuințelor pentru diverse categorii sociale și analiza implicațiilor acestui fenomen asupra economiei naționale.

Obiectivele studiului sunt: analiza corelației dintre veniturile populației, ratele dobânzilor și prețurile locuințelor, evaluarea accesibilității locuințelor, identificarea principalelor provocări ale pieței imobiliare din Republica Moldova și impactul acestora asupra economiei naționale.

În lipsa unor măsuri adecvate, piața imobiliară riscă să rămână un sector vulnerabil, incapabil să răspundă nevoilor reale ale populației, cu repercusiuni negative asupra dezvoltării economice pe termen lung.

CONȚINUTUL DE BAZĂ

Dinamica pieței imobiliare din Republica Moldova poate fi evaluată prin intermediul de o serie de factori economici și sociali, dintre care veniturile populației, ratele dobânzilor și politica monetară sunt printre cei mai relevanți. Perioada de studiu va fi 2014-2024, în care Republica Moldova a experimentat o creștere constantă a veniturilor medii ale populației, dar și fluctuații semnifi-

cative ale ratelor dobânzilor la creditele ipotecare, toate acestea având un impact direct asupra pieței imobiliare. În acest context, analiza corelației dintre acești factori va oferi o imagine mai clară asupra dinamicii economice și a evoluției pieței imobiliare din Republica Moldova.

Pentru început este necesară explicația cum fiecare factor din cei mai relevanți sunt interconectați cu piața imobiliară. Ceea ce ține de veniturile medii ale populației, o dată cu creșterea acestora, contribuie la o creștere considerabilă a cheltuielilor direcționate pentru achiziționarea unui imobil. În așa fel, pe măsură ce veniturile cresc, creditele ipotecare devin tot mai accesibile prin intermediul faptului că populația poate face față plăților lunare. Conform raportului „Report on Mortgage Markets and Economic Vulnerabilities” (IMF, 2023), realizat de FMI în anul 2023, în economiile emergente, veniturile care cresc constant, compensează parțial consecințele negative provocate de către creșterea ratelor dobânzilor, în dependență de condițiile financiare generale și de stabilitatea pieței financiare.

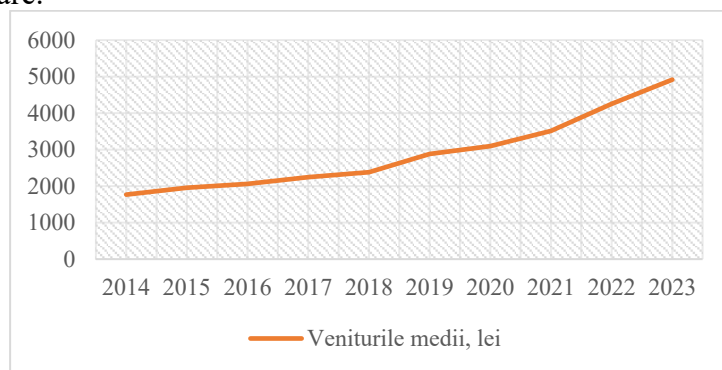


Figura 1. Evoluția veniturilor medii, lei
Sursa: Biroul Național de Statistică (BNS, 2023)

În contextul Republicii Moldova, tendința de creștere a veniturilor a dus la o creștere sporită a cererii pentru locuințe, ceea ce a determinat o creștere exponențială a prețurilor a acestora, în special în orașele mari, cum ar fi Chișinău.

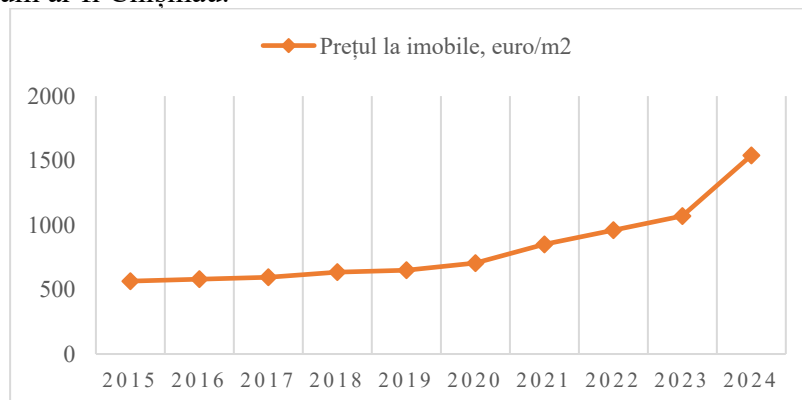


Figura 2. Evoluția prețului pe m2 pentru bunuri imobile în Chișinău, euro/m2
Sursa: Evoluția prețurilor pe piața imobiliară din mun. Chișinău, (Ioniță, 2024)

Pe de altă parte, ratele dobânzilor la fel joacă un rol crucial ce ține de accesibilitatea locuințelor. O tendință de creștere a acestora o putem constata în anii 2022 – 2023, ceea ce a provocat ca creditele ipotecare să fie mai scumpe, limitând populația de a lua credite pentru achiziționarea bunurilor imobile. Conform unui alt studiu realizat de IMF în anul 2023 „Structural Reforms to Accelerate Growth and Ease Policy Trade-offs in Emerging Markets” (IMF, 2023), accentuează ideea că reformele structurale și un management eficient al sectorului financiar sunt esențiale pentru a asigura o stabilitate pe termen lung, în special pe piața imobiliară. Economiiile emergente, care sunt citate în acest studiu și în care categorizăm și economia Republicii Moldova, sunt mai sensibile la modifi-

că rile ratelor dobânzilor, ceea ce poate agrava impactul unei crize economice sau al unei perioade de înăsprire monetară. Totodată din perspectiva dezvoltatorilor imobiliari, condițiile de finanțare pot deveni restrictive, ceea ce poate duce la o scădere a ofertei de locuințe noi. Aceste efecte sunt vizibile și în Republica Moldova, unde, de-a lungul ultimilor ani, fluctuațiile ratei dobânzii au avut un impact direct asupra accesibilității locuințelor.

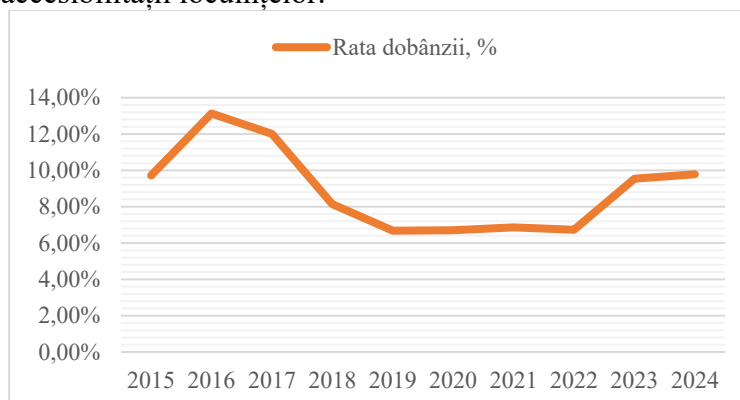


Figura 3. Evoluția ratei dobânzii pentru creditele ipotecare

Sursa: Banca Națională a Moldovei (BNS, 2024)

Așadar, pentru evaluarea accesibilității locuințelor în anul 2025, putem analiza ofertele actuale privind creditele ipotecare, pe care le găsim pe website-urile oficiale ale băncilor comerciale.

Tabelul 1. Oferte actuale pentru creditele imobiliare în Republica Moldova (2025)

Banca	Rata dobânzii, %	Termenul minim, luni	Termenul maxim, luni	Suma maximă, lei
Comertbank	9,24	12	180	3 000 000
Energbank	9,28	12	240	3 000 000
Eximbank	7,33	12	360	2 375 000
EuroCreditBank	9,32	6	300	5 000 000
FinComBank	7,5	6	300	80% din costul proiectului
OTP Bank	8,16	12	300	5 000 000
MAIB	7,45	6	360	7 000 000
Victoriabank	7,70	13	360	100% din costul proiectului

Sursa: Website-urile oficiale ale băncilor comerciale

Pe baza ofertelor actuale de credite imobiliare prezentate în tabel, putem observa diverse aspecte relevante pentru evaluarea accesibilității locuințelor în 2025. Aceste aspecte sunt esențiale pentru potențialii beneficiari ai creditelor ipotecare, deoarece ele reflectă costul total al împrumutului, suma maximă disponibilă, precum și termenii minimi de creditare și termenii maximi de rambursare. Pentru a constata accesibilitatea, putem să lua următorul studiu de caz: să presupunem că o persoană dorește să achiziționeze o locuință de 50 m², astfel 50m²×1540euro/m²= 77,000 euro. Din datele recente, salariul mediu lunar este de 13 700 lei. Presupunem că persoana ar opta pentru un credit ipotecar de 1,500,000 lei, cu o rată a dobânzii de 7,33%, oferta aleasă fiind de la Eximbank pentru 30 de ani. Aplicând formula $D = \frac{S_i \times r_d \times n}{100\%}$, putem obține plata pentru un an estimată pentru un credit de 1,500,000 lei. Pe toata perioada de 30 ani suma dobânzii constituie 3 298 500 lei, respectiv dobânda anuală constituie 109 950 lei. Dacă în contract este prevăzut că suma împrumutului este rambursată în rate anuale egale (1 500 000 lei : 30 ani = 50 000 lei, lunar se va achita câte 4166,67 lei) și se adaugă dobânda lunară (109 950 : 12 = 9162,5 lei), respectiv lunar pe perioada primului an de creditare debitorul trebuie să achite 13329,17 lei

În așa fel putem constata că plata lunară ar reprezenta 97.3% din salariul mediu lunar, ceea ce înseamnă că un astfel de credit este inaccesibil și acest rezultat evidențiază cum prețurile actuale sunt o adevărată provocare pentru majoritatea cetățenilor Republicii Moldova care primesc un salariu mediu pe țară, deoarece aproape tot venitul ar fi necesar pentru plata creditului ipotecar, lăsând foarte puțin pentru alte cheltuieli esențiale.

CONCLUZII

Corelația dintre veniturile medii, ratele dobânzilor și prețurile locuințelor în economia Republicii Moldova evidențiază interdependența acestor factori și impactul lor asupra accesibilității locuințelor și stabilității pieței imobiliare. Deși veniturile medii au înregistrat o ușoară creștere în ultimii ani, acest progres nu a fost suficient pentru a compensa majorările semnificative ale prețurilor locuințelor, ceea ce a dus la o accesibilitate redusă a acestora. În acest context, ratele dobânzilor practicate de instituțiile financiare joacă un rol crucial în determinarea capacității populației de a accesa credite ipotecare, influențând astfel dinamica pieței imobiliare. În Republica Moldova, oferta de credite ipotecare nu este adaptată la nivelul real al veniturilor medii ale populației, ceea ce face ca pentru majoritatea cetățenilor achiziționarea unei locuințe să fie o provocare considerabilă. Acest decalaj între veniturile disponibile și costurile de achiziție a unui imobil contribuie la menținerea unui grad ridicat de inegalitate socială și la limitarea mobilității economice a populației.

Pe termen lung, lipsa unor politici eficiente care să faciliteze accesul populației la locuințe poate duce la perpetuarea dezechilibrelor din piața imobiliară și la creșterea vulnerabilității economice a gospodăriilor. Printre soluțiile posibile se numără ajustarea politicilor de creditare, dezvoltarea unor programe guvernamentale de sprijin pentru achiziționarea locuințelor și stimularea construcției de locuințe accesibile.

Așadar, fără intervenții strategice și politici economice coerente, piața imobiliară din Republica Moldova riscă să rămână un sector vulnerabil, incapabil să răspundă nevoilor reale ale populației. Acest lucru nu doar că afectează direct nivelul de trai al cetățenilor, dar poate avea și efecte negative asupra creșterii economice generale, prin limitarea investițiilor și reducerea consumului intern. Astfel, o abordare integrată, care să ia în considerare corelația dintre veniturile populației, ratele dobânzilor și prețurile locuințelor, este esențială pentru asigurarea unui sector imobiliar stabil și sustenabil pe termen lung.

REFERINȚE:

1. Banca Națională a Moldovei. (n.d.). Raport privind ratele nominale medii ponderate ale dobânzilor și volumele creditelor noi acordate. <https://www.bnm.md/bdi/pages/reports/dpmc/DPMC8.xhtml?id=0&lang=ro>
2. Biroul Național de statistică. (n.d.). Veniturile și cheltuielile populației 2014 – 2023. https://statistica.gov.md/ro/nivelul-de-trai-al-populatiei-9444_4585.html
3. Fondul Monetar Internațional (IMF). (2023). Reforme structurale pentru accelerarea creșterii și reducerea compromisurilor de politică în piețele emergente. <https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2023/09/21/Structural-Reforms-to-Accelerate-Growth-Ease-Policy-Trade-offs-and-Support-the-Green-538429>
4. Fondul Monetar Internațional (IMF). (2023). Piețele ipotecare și vulnerabilitățile economice. <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2023/10/10/higher-for-longer-interest-rate-environment-is-squeezing-more-borrowers>
5. Ioniță, V. (2024). *Analize Economice: Evoluția prețurilor pe piața imobiliară din mun. Chișinău*. <https://ionita.md/2024/06/14/155-analize-economice-evolutia-preturilor-pe-piata-imobiliara-din-mun-chisinau/>

Coordonator științific: POPOVICI Lia, asist.univ.

Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: liyapopovici@gmail.com

Bun de tipar 15.05.2025
Coli editoriale 32,25. Coli de autor 32,05. Coli de tipar 52,75.
Comanda nr. 40.

Serviciul Editorial-Poligrafic
al Academiei de Studii Economice din Moldova
Chișinău, MD-2005, str. Bănulescu-Bodoni 59.
Tel.: 022-402-910
www.ase.md