

CZU: 334.012.2:330.101

ANTREPRENORIATUL ÎN SFERA SERVICIILOR CA FACTOR AL CREȘTERII ECONOMICE ÎN CONDIȚII DE PIAȚĂ

Natalia BURLACU, Vladimir GOLOVCO, Olga GOREMICHINA

Universitatea Liberă Internațională din Moldova

În procesul de elaborare a unui sistem de management al activității antreprenoriale în sfera serviciilor este necesar de a fi luate în considerare caracteristicile social-psihologice ale antreprenoriatului, care țin de specificul evoluției istorice a țării, tradițiile naționale, caracteristicile economiei naționale la etapa actuală, de politica și de cultura societății. O astfel de abordare ar putea adapta instrumentele managementului la specificul schimbărilor de ordin regional sau industrial. Activitatea de antreprenoriat în sectorul serviciilor va permite asigurarea cu locuri de muncă a unei mari părți a populației, întrucât dispune de o capacitate mare de absorbție a muncii.

Cuvinte-cheie: servicii, antreprenoriat, resurse financiare, produs și rezultat, creștere economică.

ENTREPRENEURSHIP SERVICES AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH UNDER MARKET CONDITIONS

In the process of the services area entrepreneurial activity management system development it is necessary to take into consideration the socio-psychological characteristics of entrepreneurship, which are close related to the specificity of the historical country evolution, the national traditions, the main characteristics and the current economic situation, as well as the politics and cultural aspects of the Moldavian society. Such an approach could be realized by the means of management tools, accorded to the specific regional or industrial changes. Entrepreneurship in the service sector will create jobs for a large proportion of the population, as it has a high capacity of work absorption.

Keywords: services, purpose and result, entrepreneur, economic growth, financial resources.

Introducere

Antreprenoriatul ca formă de activitate economică a parcurs o cale de dezvoltare lungă, obținând în acest proces de evoluție noi forme, care permit multiple interpretări. Odată cu tranziția de la economia naturală la producerea de mărfuri, principala sferă de aplicare a inițiativei antreprenoriale rămâne a fi producerea materială. Etapa postindustrială a dezvoltării economice mondiale este caracterizată de dinamica și intensitatea producției, înnoirea calitativă a sortimentului de mărfuri și servicii, cu schimbarea accentului de pe producere pe diverse tipuri de activitate ce țin de pregătirea înnoirii produselor și tehnologiilor, producției și distribuției lor. Odată cu trecerea la economia de piață și renașterea antreprenoriatului, în societate s-a format un nou grup – antreprenorii, care au ocupat o poziție stabilă. Activitatea acestui grup exercită o influență mare asupra vieții economice și politice a țării.

Prin activitate de antreprenoriat se înțelege activitatea independentă a cetățenilor, cu scopul de a obține profit și venit personal. Sensul general al antreprenoriatului în domeniul serviciilor este de a deschide o afacere proprie, care, la rândul său, este determinată de dorința și posibilitățile de a activa în acest domeniu. În același timp, spiritul antreprenorial este caracterizat printr-o prezență obligatorie a unui moment inovator, care permite examinarea acestuia sub aspectul a două elemente de bază:

- activitatea inovativă ca funcție antreprenorială;
- acțiunile antreprenorului ca purtător și realizator al acestei funcții.

Esența economică a activității de antreprenoriat în sfera serviciilor constă în căutarea și realizarea unor noi tipuri de servicii în diverse ramuri ale economiei, cu scopul de a satisface cererea de facto și cea potențială a consumatorilor. Obiect al activității de antreprenoriat este serviciul prestat, care poate satisface necesitatea presupusă pe piață pentru procurare, utilizare și consum. C.McConell și S.Brue leagă antreprenoriatul cu îndeplinirea de către individ a patru funcții corelate [1]:

- abilitatea de a lua inițiativa, de a uni anumite resurse și procesul de producere;
- abilitatea de a lua decizii care determină direcția și caracterul activității, responsabilitatea legală și materială;
- predilecția către activitatea inovativă;
- asumarea unui risc, care presupune succesul antreprenorial în condițiile concurenței de piață.

Însă, în definiția de antreprenor sunt incluși atât directorii de bănci comerciale, cât și micii comercianți, fermieri, proprietarii micilor întreprinderi din sfera serviciilor, care se diferențiază substanțial prin caracterul și conținutul muncii. De aceea, ar fi incorect să examinăm antreprenoriatul ca un tip diferit de activitate profesională. Este mai oportun să definim antreprenoriatul ca activitate economică inovațională, realizată în condiții de risc și nesiguranță și orientată spre obținerea de profit. În primul rând, antreprenorii activează ca persoane care dețin sau care gestionează o proprietate pe care o investesc în întreprinderea lor, prin utilizarea muncii salariale. Ca semne distinctive ale activității de antreprenoriat, din punct de vedere psihologic sunt:

- libertatea economică;
- posibilitatea de a-și asigura un nivel mai înalt al bunăstării materiale;
- posibilitatea de a realiza în măsură mai mare capacitățile și predilecțiile profesionale;
- responsabilitatea sporită pentru rezultatele activității;
- lipsa unui venit minim garantat și riscul pierderilor în caz de eșec;
- lipsa ajutorului și a protecției.

Rezultate și discuții

Aceste semne sunt caracteristice îndeosebi antreprenorilor care activează în sfera serviciilor. De aceea, în cadrul elaborării unui sistem de management al activității antreprenoriale în sfera serviciilor este necesar de a fi luate în considerare caracteristicile social-psihologice ale antreprenoriatului în Republica Moldova, care țin de specificul evoluției istorice a țării, tradițiile naționale, caracteristicile economiei naționale la etapa actuală, de politica promovată și de cultura societății. O astfel de abordare ar putea adapta instrumentele managementului la specificul schimbărilor de ordin regional sau industrial. Activitatea de antreprenoriat în sectorul serviciilor va permite asigurarea cu locuri de muncă a unei mari părți a populației, întrucât dispune de o capacitate mare de absorbție a muncii. Aceasta ar contribui la dezvoltarea stabilă a Republicii Moldova.

Activitatea de antreprenoriat în sectorul serviciilor trece prin anumite etape de realizare a proiectului, prezentate în Tabelul 1.

Tabelul 1

Caracteristica etapelor activității de antreprenoriat

Nr. crt.	Etape	Obiective
1	Apariția ideii de antreprenoriat	Căutarea ideii, generarea ideii, formularea scopurilor.
2	Determinarea viabilității ideii	Determinarea necesităților consumatorilor potențiali de servicii. Aprobarea ideii. Determinarea corespunderii dintre preț și calitate. Studierea pieței și a concurenților.
3	Determinarea dimensiunii activității	Identificarea consumatorilor potențiali, a numărului lor. Determinarea căilor de ieșire pe piață. Evaluarea dimensiunii minime a activității. Determinarea necesității în mijloace financiare.
4	Încheierea contractelor, organizarea întreprinderii	Elaborarea unui plan de afaceri, încheierea contractelor cu clienții, furnizorii, băncile, companiile de investiții, posesorii mijloacelor de producere, înregistrarea întreprinderii, organizarea muncii.

Sursa: elaborat de autori

Organizarea unei afaceri proprii de către întreprinzător poate fi realizată prin diverse metode: prin cumpărarea unei întreprinderi deja existente, prin înființarea unei întreprinderi în parteneriat cu alte persoane fizice sau juridice, prin crearea unei noi întreprinderi. Ultima cale ține de apariția unei noi idei. Situația de pe piață în formare liberă necesită prezența unui spectru larg de întreprinderi în domeniul serviciilor, cu diverse specializări, tipuri de activitate, apartenență industrială, forme de proprietate. În general, în structură cea mai mare parte ocupă serviciile de gospodărie (mai mult de 70% din cifra totală). Acestea includ doar cinci servicii: de reparație și construcție a locuințelor, frizerii, de reparație și deservire tehnică a aparatului radioelectric, deservire tehnică și reparație a mijloacelor de transport, producerea și reparația mobilei.

Cu toții cunoaștem că rezultatele pozitive ale schimbărilor social-economice în țară pot fi asigurate în mare măsură din contul dezvoltării antreprenoriatului în sectorul serviciilor de diferite tipuri. În economia mondială se observă o creștere permanentă a sectorului serviciilor în PIB-ul general, ceea ce depășește partea sectorului de producere, și deține mai mult de 70 la sută. La moment, în țările dezvoltate cota angajaților în sfera serviciilor de asemenea este de peste 70 la sută din numărul total de angajați, iar cota principalelor fonduri de producere în acest domeniu este de până la 60 la sută [2].

Sectorul serviciilor este examinat ca un sector al producerii nemateriale, însă funcționarea sa influențează indirect, prin reproducerea puterii de producere, toate tipurile activității de producere, creează direct bunuri spirituale, oferind servicii populației. Prin urmare, orice serviciu poate fi considerat o acțiune utilă a muncii care este oferită unei persoane și care nu are nicio semnificație în afara acesteia.

Rolul sectorului de servicii în formarea economiei țării corespunde sferei materiale și are o anumită orientare sectorială. Deci, contribuția comerțului și a alimentației publice este comparabilă cu cea din industrie (cca 18 la sută), serviciile cu locuințe și construcții (cca 5 la sută). A crescut semnificativ numărul de organizații de afaceri în industrii, cum ar fi de finanțe, creditare, asigurări, culturale, sănătate, locuințe și utilități și altele. În general, toate tendințele majore în dezvoltarea sectorului de servicii pot fi luate în considerare în conformitate cu schimbările structurale generale; având în vedere condițiile generale, aceste tendințe contribuie la creșterea ocupării forței de muncă în furnizarea de servicii. Prin urmare, putem vorbi despre relația dintre extinderea sferei producției materiale și creșterea productivității muncii cu dezvoltarea sectorului de servicii.

În procesul de creștere a bunăstării materiale a populației, schimbările în structura nevoilor sale se schimbă; respectiv, se schimbă numărul persoanelor angajate în sfera serviciilor culturale și educaționale, artă, sănătate, comunicații, informatică etc. În același timp, schimbarea proporțiilor dintre sfera serviciilor și sfera de producție este afectată de o schimbare în structura consumului și în caracteristicile pieței forței de muncă.

Dezvoltarea pieței muncii, care răspunde necesităților timpului, este împiedicată de un șir de probleme legate de schimbarea formării economice, schimbări structurale neraționale, în urma cărora a scăzut nivelul de ocupare a forței de muncă, a crescut numărul de șomeri. În plus, statistica arată o scădere a numărului de populație activă economic, o înrăutățire a stării materiale a populației, indemnizații mici și întârzierea salariilor. Din această perspectivă, problemele legate de ocuparea forței de muncă pot accelera reformele economice, ceea ce poate fi facilitat prin dezvoltarea infrastructurii sectorului de servicii, crearea structurilor de afaceri mici care să asigure noi locuri de muncă. Pentru a rezolva problemele legate de ocuparea forței de muncă, este necesară crearea unor condiții pentru dezvoltarea sectorului de servicii, care să acopere serviciile de uz casnic, cele ce țin de construcția și repararea locuințelor, serviciile comunale, privind turismul, unde se utilizează forța de muncă vie și nu este necesară o calificare înaltă. Serviciile de consum au o dinamică pozitivă, majoritatea serviciilor gospodărești reprezentând servicii pentru construcția și repararea locuințelor (18,9 la sută), servicii de transport (50,6 la sută) și frizerii (15,3 la sută), care sunt întreprinderi mici și organizații. În structura serviciilor gospodărești s-au majorat volumele pentru reparația și confecționarea articolelor de cusut, articolelor din blănuri și din piele, a celor pentru acoperirea capului, volumul serviciilor pentru cusutul și tricotarea articolelor (cu 12,0 la sută) etc. Structura serviciilor de piață prestate populației pe tipuri de servicii sunt prezentate în Tabelul 2.

Tabelul 2

Structura serviciilor de piață prestate populației pe tipuri de servicii, în %

Serviciile	Anii	
	2014	2015
În total	100,0	100,0
<i>dintre care:</i>		
Produse alimentare	34,8	36,5
Vânzări cu amănuntul a fructelor, legumelor, cărnii, peștelui, produselor de brutărie și lactate, ouălor	18,0	19,3
Vânzări cu amănuntul a produselor alimentare, băuturilor și a tutunului	16,8	17,2
Marfuri nealimentare	65,2	63,5
Vânzări cu amănuntul în magazine specializate a mașinilor și autovehiculelor ușoare de mărfuri	2,2	–
Alte vânzări cu amănuntul a mașinilor și autovehiculelor ușoare	0,3	–
Vânzări cu amănuntul în magazine specializate a altor autovehicule	0,1	–

Alte vânzări cu amănuntul a altor autovehicule	0,1	–
Servicii de întreținere și reparare a mașinilor și autovehiculelor ușoare de mărfuri	0,6	–
Servicii de întreținere și reparare a altor autovehicule	0,2	–
Servicii de spălare, curățare, lustruire și similare a mașinilor	0,1	–
Alte vânzări cu amănuntul a pieselor și accesoriilor de autovehicule	0,3	–
Vânzări cu amănuntul în magazine specializate a motocicletelor, a pieselor și accesoriilor aferente acestora	2,5	–
Alte vânzări cu amănuntul a motocicletelor, a pieselor și accesoriilor aferente acestora	0,1	–
Vânzări cu amănuntul a echipamentelor informatice și de comunicații	2,1	2,6
Vânzări cu amănuntul a materialelor de construcții și articolelor de fierărie	9,1	9,6
Vânzări cu amănuntul a articolelor de uz casnic	10,0	9,7
Vânzări cu amănuntul a bunurilor culturale și recreaționale	1,6	1,5
Vânzări cu amănuntul a produselor de îmbrăcăminte, a produselor farmaceutice și medicale, a articolelor de toaletă, a florilor, plantelor, animalelor de companie și a hranei pentru acestea	15,6	17,1
Vânzări cu amănuntul a carburanților pentru motoare cu ardere internă și a altor bunuri noi	20,1	22,9
Vânzări cu amănuntul a produselor second hand	0,3	0,1

Sursa: [2]

Valoarea serviciilor cu plată prestate populației este prezentată în Tabelul 3.

O analiză a dezvoltării sectorului serviciilor arată că cele mai problematice sunt ramurile serviciilor de securitate socială și de consum care au nevoie de sprijin de stat, reglementarea fluxurilor financiare în favoarea grupurilor care au nevoie de astfel de sprijin. Serviciile ce cunosc o dezvoltare durabilă sunt serviciile de reparație a pantofilor, de executare a fotografiilor, serviciile rituale, adică antreprenorii care s-au adaptat la noile condiții de conducere pot reacționa în mod adecvat la schimbările factorilor de mediu și la conjunctură. Intensitatea totală a forței de muncă a serviciilor de uz casnic este destul de ridicată, ceea ce necesită un preț ridicat, micșorând cercul clienților potențiali.

Tabelul 3

Valoarea serviciilor cu plată prestate populației

Valoarea serviciilor cu plată prestate populației:	Anii				
	2011	2012	2013	2014	2015
În total, mil. lei	32132,7	33707,4	39368,2	45972,0	42444,3
Anul precedent = 100	113,6	100,8	106,5	108,3	99,5

Sursa: [2]

Astfel, conform rezultatelor analizei de mai sus, se poate concluziona că multe sectoare nu sunt adaptate la noile condiții economice, după ce serviciile lor au întâlnit o cerere ridicată. Aceste sectoare sunt: serviciile medicale, educație, sfera intelectuală, deși se fac deja vădite careva tendințe pozitive în dezvoltarea acestor servicii. Scara serviciilor medicale, educaționale sau intelectuale, care sunt direct acordate fiecărui individ, ar trebui să reflecte nivelul de interes al statului în condițiile menținerii sănătății și creșterii nivelului de cunoaștere și inteligență a cetățenilor săi.

În complexul științific al întregii țări în ansamblu, situația este de asemenea nefavorabilă. Cauza fiind lipsa unui concept pentru dezvoltarea sectorului serviciilor științifice, precum și a programelor științifice și tehnice, a planurilor strategice pentru conservarea și dezvoltarea potențialului intelectual, științific și tehnic al regiunii. În același timp, trebuie remarcat faptul că nivelul de dezvoltare a sectorului serviciilor rămâne scăzut în sectoarele individuale, deoarece multe servicii sunt noi în structura regiunii și diferă în funcție de cerințele specifice dezvoltării sectorului de producție, circulației, potențialului de personal intelectual și inovator. Aceasta,

la rândul său, afectează dezvoltarea pieței serviciilor conexe, creșterea costurilor de justificare a deciziilor manageriale și formarea valorii unui produs regional complex. Antreprenoriatul în sectorul serviciilor ar trebui să se distingă prin inițiativă, capacitatea întreprinzătorului de a-și asuma riscuri și inovații economice.

Scopul antreprenoriatului constă nu doar în obținerea la moment a profitului, dar și în obținerea unui profit și mai mare prin activizarea prezenței pe piață. Mediul în care se realizează activitatea de antreprenoriat determină caracteristica sferelor de activitate, marea parte a căreia ține de activitatea de intermediar, nu exclusiv de producere. Tranziția la relațiile de piață predetermină schimbarea obiectivelor sectorului de servicii, precum și formarea noilor structuri organizațional-juridice ce răspund cerințelor actuale.

O dezvoltare de succes a activității de antreprenoriat în sectorul serviciilor este posibilă doar prin formarea unor forme diverse de întreprinderi și sisteme de management al acestora, întrucât la momentul actual principalele probleme ale dezvoltării antreprenoriatului sunt: nivelul insuficient de management și marketing al activității inovative și comerciale a întreprinderilor din sectorul serviciilor; un nivel de organizare a întreprinderilor care nu corespunde cerințelor pieței; un nivel scăzut de profesionalism al angajaților, care, în același timp, îndeplinesc rolul de factori ce încetinesc formarea și dezvoltarea sectorului serviciilor în diverse domenii [3].

În condițiile actuale, o semnificație tot mai mare în funcționarea și dezvoltarea întreprinderilor din sectorul serviciilor, în special a formelor mici de întreprinderi, capătă inițiativa creativă, competența și operativitatea în organizarea vânzării serviciilor. Pentru aceasta este necesar de a studia și aplica experiența în sfera serviciilor a țărilor dezvoltate din Europa și din întreaga lume, unde sunt concentrate resurse financiare și de muncă considerabile.

Activitatea comercială a întreprinderilor din sectorul serviciilor trebuie să fie axată pe rezolvarea unui set de obiective diferite: colectarea datelor privind piața serviciilor; asigurarea consumatorilor cu servicii la timp și calitative, conform contractelor (comenzilor); asigurarea caracterului comunicativ al sistemului de relații între toți participanții la producerea și comercializarea serviciilor etc. Prin această abordare, devine evidentă necesitatea de a anticipa și de a realiza cercetări de marketing pentru a forma planuri de extindere a gamei de servicii oferite, pentru a determina structura lor, canalele de vânzări, pentru a atrage consumatorii etc. Transformările în economia țării înaintază cerințe noi față de managementul întreprinderilor, schimbând orientarea spre calitate, profitabilitate și gama de servicii.

În prezent, piața serviciilor este o parte integrantă a complexului economic regional, o reunire a cumpărătorilor și vânzătorilor reali și potențiali, formați pe un anumit teritoriu, o formă a relațiilor dintre aceștia privind schimbul de servicii ca produs specific [4]. Schimbarea situației pe piața națională a muncii este imposibilă fără crearea unui sistem de gestionare a sectorului de servicii, care va reduce tensiunea socială, în acest sens necesitând participarea statului.

Concluzii

Structura sectorială și regională a ocupării forței de muncă a populației devine factorul principal al dezvoltării economice a țării, a regiunilor și a diferitelor domenii economice, în special privind sfera serviciilor, ceea ce implică investiții mari în capitalul uman, schimbarea stereotipurilor de comportament în sfera muncii, motivația lucrătorilor etc. Sectorul de servicii poate oferi locuri de muncă pentru un număr mare de persoane apte de muncă, dispune de o capacitate semnificativă de absorbție a forței de muncă.

Aceasta conduce la o îmbunătățire a situației pe piața muncii, asigurând o dezvoltare durabilă și stabilă a unui anumit teritoriu, regiuni sau țări. Această abordare este însoțită de o schimbare a cerințelor privind calitatea forței de muncă, nivelul de educație și profesionalismul lucrătorilor.

Referințe:

1. МАККОННЕЛЛ, К., БРЮ, С. *Экономика* / Пер. с англ. Москва, 1992. 195 с.
2. HILL, T. On goods and services. In: *Review. of income and wealth*, 1977, ser.23, no.4.
3. DRUCKER, P. *Innovation and Entrepreneurship*. Perfect Bound, 2002. 30 p.
4. ЛЕГОРНЕВ, С.Ф. *Служба быта и рынок*. Москва: Знание, 1991. 128 с.

Prezentat la 20.11.2017