

EVOLUȚIA SERVICIILOR DE COMUNICAȚII CA FACTOR DE CREȘTERE A CALITĂȚII VIEȚII ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Maria GRÎȚCO, Gorobievschi Svetlana

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: Piața serviciilor este locul în care nevoile de consum ale acestora apar sub forma cererii (cumpărare), iar producerea lor - sub forma ofertei de servicii (vânzare). Domeniul Comunicațiilor și Tehnologiei Informaționale este de o importanță strategică pentru R.Moldova, înregistrând o rată mult mai mare de creștere, comparativ cu celelalte sectoare ale economiei naționale.

Dezvoltarea și diversificare serviciilor depinde de creșterea economică, în general, și de producția bunurilor, în special. În final, creșterea economică devine un factor al progresului economico-social și al creșterii calității vieții a cetățenilor.

Cuvinte cheie: comunicații, servicii, societate informațională, tehnologie digitală, creștere economică, competitivitate, calitatea vieții.

Rolul serviciilor în dezvoltarea economico-socială se referă la contribuția lor în cadrul creșterii economice pe de o parte și la creșterea calității vieții pe de altă parte, rolul serviciilor fiind în primul rând ilustrat prin contribuția la procesul creșterii economice. Se poate afirma că serviciile sunt o consecință a dezvoltării economice, influențând la rândul lor procesul creșterii economice prin contribuția pe care o aduc la diversificarea producției materiale și la ridicarea nivelului de pregătire al forței de muncă.

Dezvoltarea și diversificare serviciilor depinde de creșterea economică în general și de producția bunurilor, în special, ele apărând ca o consecință a progresului economico-social.

În zilele noastre, informația devine o resursă esențială în dezvoltarea societăților moderne, evaluate în plan politic, economic și social. Dinamismul și complexitatea noului tip de societate, care antrenează o creștere continuă a volumului și diversității informațiilor prelucrate și care utilizează pe scară largă *tehnologiile informației și comunicațiilor (TIC)*, au condus la conceptul de *Societate informațională*.

Societatea informațională reprezintă o nouă etapă a civilizației umane, un nou mod de viață, calitativ superior, care implică folosirea intensivă a informației în toate sferele activității și existenței umane, cu un impact economic și social semnificativ. Societatea informațională permite accesul larg la informație al membrilor săi, un nou mod de lucru și de cunoaștere, amplifică posibilitatea globalizării economice și creșterea coeziunii sociale. Aceste tehnologii, bazate pe avansurile electronicii, au permis apariția unor noi servicii și aplicații multimedia, care combină sunetul, imaginea și textul și utilizează toate mijloacele de comunicație (telefon, fax, televiziune și calculatoare). Dezvoltarea acestor noi mijloace de comunicare reprezintă un factor important de creștere a competitivității agenților economici, deschizând noi perspective pentru afaceri, pentru o mai bună organizare a muncii și crearea de noi locuri de muncă. Totodată, se deschid noi perspective privind modernizarea serviciilor publice, a asistenței medicale, a managementului mediului și a căilor de comunicare între instituțiile administrației publice și cetățeni. Accesul larg la educație și cultură - pentru toate categoriile sociale, indiferent de vârstă sau de localizarea geografică - poate fi de asemenea realizat cu ajutorul noilor tehnologii. Prestările de servicii din domeniul comunicațiilor trebuie să vizeze în primul rând creșterea calității vieții (CV). Acestea determină la rândul lor apariția și dezvoltarea de servicii care să satisfacă aceste noi solicitări.

Calitatea vieții este un concept complex, care vizează atât latura materială a vieții oamenilor cât și cea spirituală, calitatea relațiilor umane, precum și perceperea subiectivă a tuturor acestor elemente de către individ.

Calitatea vieții este greu de cuantificat cu ajutorul unui singur indicator sintetic, de aceea se utilizează mai mulți indicatori parțiali cum ar fi indicatori economici sau indicatori socio-demografici.

Procesul de dezvoltare a metodologiilor de evaluare a CV se caracterizează prin elaborarea și utilizarea Indicelui Dezvoltării Umane (IDU) în calitate de indicator obiectiv al CV. Acesta este calculat și publicat în fiecare an, începând cu 1990 de către ONU, care servește cu succes drept o metodă alternativă de evaluare a dezvoltării, completând indicatorii economici. În prezent, IDU este unul dintre indicatorii cei mai larg utilizați ai dezvoltării umane. IDU este calculat ca o medie simplă a indicilor: Educației, Speranței de Viață și PIB.

Economiștii, sociologii psihologii conlucrează la elaborarea unor indicatori care să reflecte mai bine decât statistica PIB, progresele privind CV.

Spre sfârșitul sec. XX în societatea umană își găsește o amplă extindere dezvoltarea sectorului terțiar, care prestează o largă gamă de servicii, ce completează și diversifică viața umană, asigurând amplitudinea ei și dezvoltarea umană. Existența statului, ca structură economică și politică, este determinată de măsura în care acesta satisface nevoile cetățenilor săi (inclusiv cele economice și sociale) și care asigură o corelație dintre nivelul dezvoltării economice și creșterea calității vieții, ultima fiind o condiție importantă pentru asigurarea gradului de dezvoltare a civilizației umane și reprezintă una dintre categoriile importante ale sistemului socioeconomic din orice țară. Orice creștere economică nu trebuie să constituie un scop în sine, ci un mijloc pentru crearea condițiilor mai bune de trai, pentru satisfacerea nevoilor unei anumite colectivități umane, respectiv libertatea economică (în care statul are un rol de protector, iar nivelul intervenției sale în economie este scăzut, având ca efect direct creșterea economică), fiind o condiție primordială de dezvoltare umană și de creștere a calității vieții.

Consumul de servicii este un element important al calității vieții, observându-se încă din trecut că, situația în care cu cât veniturile familiilor au fost mai ridicate, cu atât partea cheltuielilor pentru mărfurile alimentare a fost mai mică, iar partea serviciilor în consumul total al familiilor, a crescut. Având în vedere faptul că răspândirea beneficiilor societății informaționale depinde tot mai mult de disponibilitatea accesului la Internet în rândul cetățenilor și companiilor, utilizarea sporită a serviciilor de comunicații a fost identificată drept un obiectiv major. Tot pentru confortul cetățenilor, televiziunea digitală va înlocui, treptat, televiziunea analogică. Termenul limită pentru trecerea la televiziunea digitală pe tot teritoriul RM este sfârșitul anului 2017.

Strategiile de dezvoltare a prestărilor de servicii în domeniul comunicațiilor au un impact major asupra mai multor sectoare de activitate cum ar fi:

• Educație

Dezvoltarea unei economii bazate pe cunoștințe, este puternic determinată de etape, precum informatizarea sistemului educațional și alfabetizarea digitală a populației. Impactul tehnologiilor de comunicații și a celor în bandă largă se reflectă în creșterea competitivității și eficienței sistemului educațional. Comunicațiile pot contribui la ridicarea valorii instituțiilor prin implementarea de metode noi de predare și învățare (e-learning), posibilitatea de a comunica interactiv cu profesori și studenți din toată lumea, de a dezvolta programele de cercetare universitare prin unirea eforturilor între cercetători din centre diferite și intensificarea colaborărilor la proiecte pe plan internațional (e-working), facilitarea și accelerarea accesului la informații noi.

• Cercetare-dezvoltare

Investițiile în comunicații contribuie la dezvoltarea sectorului TIC și crearea de produse/servicii cu o valoare adăugată superioară, crescând competitivitatea economică a RM și a producătorilor autohtoni.

Implementarea cu succes a tehnologiilor de comunicare are efecte tangibile în mărirea gradului de inovație prin posibilitatea de a agrega virtual resursele și ideile cele mai bune din toată lumea. Libera circulație a informației și interactivitatea sporită conduc la mărirea numărului de soluții și produse noi.

Globalizarea și deschiderea de către marile companii a unor centre de cercetare-dezvoltare în zone cu potențial uman major, în care costurile de operare sunt reduse, presupun un schimb de informații specializate cu distribuție globală, accesul la aplicații specifice și mari generatoare de trafic de date. În același timp presupun existența unor infrastructuri de comunicații în bandă largă, precum și existența unor resurse umane cu experiență în lucrul cu noile tehnologii, inclusiv de comunicații.

• Economie - dezvoltarea afacerilor

Serviciile de comunicații favorizează crearea de noi locuri de muncă și creșterea PIB/locuitor, estimându-se că între 40% și 50% din creșterile de productivitate din ultimii ani se datorează, în mod direct sau indirect, industriei TIC.

Comunicațiile contribuie, de asemenea, la dezvoltarea e-business, cu avantaje majore prin reducerea semnificativă a costurilor de tranzacționare și intensificarea vitezei interacțiunilor dintre entități.

În contextul dezvoltării actuale și deschiderii către economia europeană și cea globală, mediul de afaceri va deveni un consumator major de servicii. În acest sens, se urmărește crearea unui efect de antrenare reciprocă pe baza căruia dezvoltarea mediului de afaceri să conducă la creșterea cererii și, implicit, la stimularea competiției și apariției serviciilor cu valoare adăugată. În plus, dezvoltarea sectorului va putea contribui la atractivitatea RM ca destinație pentru investiții străine.

• Activități culturale și de divertisment

Serviciile de comunicații electronice pot avea un impact semnificativ asupra activităților culturale, precum și a celor de divertisment, prin oferirea unei accesibilități ridicate, schimbarea comportamentului de consum

precum și prin oferirea accesului la un număr mare de opțiuni. De asemenea, pe măsura creșterii performanțelor comunicațiilor, interactivitatea mediilor on-line crește atrăgând utilizatorii.

Prin facilitarea accesului atât internațional, cât și național, dar și prin posibilitatea diseminării rapide de conținut, comunicațiile pot constitui un vector pentru promovarea valorilor culturale. Din punctul de vedere al principalelor zone de influență, beneficiile comunicațiilor se regăsesc la nivelul administrației publice, companiilor private, comunităților și al cetățeanului de rând.

- Administrația publică este furnizoare de informații publice și servicii precum colectarea taxelor, educație și sănătate etc., toate de o importanță majoră pentru cetățeni. Tehnologiile și comunicațiile pot îmbunătăți eficiența și flexibilitatea administrației publice, pot contribui la creșterea disponibilității și accesului la servicii guvernamentale.

- Pentru companii serviciile reprezintă un facilitator al aplicațiilor și practicilor de tip e-Business, creând noi oportunități de afaceri și ajutând companiile să obțină creșteri de productivitate bazate pe o îmbunătățire a accesului la informații și a tranzacțiilor. dezvoltarea comerțului electronic poate aduce avantaje importante în sensul reducerii semnificative a costurilor de tranzacționare și intensificării vitezei de interacționare cu partenerii de afaceri.

- Pentru mediul rural, dezvoltarea comunicațiilor poate favoriza integrarea economică și socială prin facilitarea accesului la bunuri și servicii noi, superioare, precum și oportunități de participare la economia digitală sau societatea informațională.

- Pentru consumatorul obișnuit, cele mai importante avantaje pe care le poate aduce o dezvoltare echilibrată a rețelelor de comunicații și creșterea accesibilității acestora sunt reducerea sărăciei și creșterea calității vieții.

Un rol important în dezvoltarea comunicațiilor l-a avut apariția centrelor de apel (așa numitele call centers). Un call-center reprezintă, în sens larg, o entitate funcțională din cadrul unei companii, aptă să comunice electronic în timp real (voce/date/audio-video) și menită să deservească simultan două categorii de solicitanți: interni (când managementul se folosește de call-center pentru a-și coordona afacerea de bază, iar call-center-lu deservește, cu precădere personalul intern) și externi (când prin call-center clienții țin legătura cu reprezentanții companiei).

Call-center-urile au apărut în urmă cu mai bine de 30 de ani, în țările din Europa de Vest și din America de Nord, în industria hotelieră și în sistemul bancar. Avantajele aduse de call-center-uri sunt multiple. Printre acestea enumerăm câteva: permit realizarea unor studii de piață, promovarea și vânzarea unor produse cu costuri reduse prin intermediul telemarketingului; stau la baza comerțului electronic, fiind o interfață între clienți și firma furnizoare de produse sau servicii; permit implementarea și gestionarea eficientă a Managementului Relațiilor cu Clienții; permit comunicarea și schimbul rapid de informații dintre angajații aflați pe teren și baza de date din biroul central; permit implementarea eficientă a managementului controlului, prin schimbul rapid de informații cu privire la performanțele înregistrate; serviciile oferite de call-center-uri se pot furniza la costuri reduse 24 din 24 de ore, 7 zile pe săptămână; prin utilizarea tehnologiilor moderne de comunicații, cheltuielile generate de transmisiile de voce, date și imagini devin nesemnificative și practic independente de distanțele geografice; permit mobilitate și flexibilitate ridicată la costuri reduse – orice angajat al unei societăți care are un dispozitiv (laptop, telefon mobil etc.), prin intermediul căruia poate lua legătura cu call center-ul entității, dispune de un birou mobil, având acces la informațiile societății din orice colț al lumii în care este disponibilă tehnologia respectivă; mai mult, în multe domenii, prin utilizarea unui software adecvat, pot fi oferite informații necesare sau pot fi efectuate anumite operații automat, fără intervenția omului – este cazul industriei hoteliere unde există contact center-uri care în baza unor cereri formulate de clienți prin Internet realizează automat rezervări, trimit confirmări, anulează rezervările, permit transferuri de mijloace bănești astfel realizându-se plata serviciilor comandate cu ajutorul cardurilor.

Dinamica veniturilor prezentate de către Agenția Națională pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației (ANRCETI) arată în anul 2016 prezența a 314 furnizori activi de rețele și servicii publice de comunicații electronice.

Volumul total al veniturilor provenite din vânzarea serviciilor în sectorul comunicațiilor electronice (telefonie mobilă, Internet mobil, telefonie fixă, Internet fix, difuzare și retransmisie a programelor audiovizuale, alte activități în domeniul comunicațiilor electronice (CE) a înregistrat o scădere, față de anul 2015, de 203,6 mil. lei (- 2,9%) și a însumat 6 mld. 730 mil. lei. Această scădere a fost cauzată de diminuarea vânzărilor pe trei segmente de piață: telefonie mobilă, telefonie fixă, difuzare și retransmisie a programelor audiovizuale. Astfel, vânzările pe piața de telefonie mobilă s-au micșorat cu 4,4% și au totalizat 3 mld. 441,9 mil. lei, pe piața de telefonie fixă - cu 14% și au constituit 876,1 mil. lei, iar pe piața serviciilor de difuzare și retransmisie a programelor audiovizuale - cu 18,9% și au alcătuit 297,8 mil. lei.

În același timp, veniturile provenite din vânzarea serviciilor de acces la Internet fix au crescut cu 5,2% și au însumat 1 mld. 105,25 mil. lei, a serviciilor de acces dedicat la Internet mobil (prin modemuri/carduri/USB) - cu 7,6% și a totalizat 278,7 mil. lei, iar veniturile din alte activități în domeniul CE au sporit cu 14,5% și au constituit 731 mil. lei.

Evoluțiile care s-au produs pe segmentele pieței de comunicații electronice au cauzat schimbări în structura acestei piețe. Astfel, în comparație cu anul 2015, ponderea telefoniei fixe în comunicațiile electronice s-a redus de la 14,7% la 13%, a serviciilor de difuzare și retransmisie a programelor audiovizuale – de la 5,3% la 4,4%, iar a telefoniei mobile de la 51,9 la 51,1%. În același timp, ponderea serviciilor de acces la Internet fix a crescut de la 15,1% la 16,4%, a serviciilor de acces dedicat la Internet mobil de la 3,7% la 4,1%, iar a veniturilor din alte activități în domeniul CE de la 9,2% la 10,9%.

În comparație cu anii precedenți, în anul 2016, cel mai semnificativ venit mediu lunar per utilizator (ARPU) – de 169,4 lei - a fost înregistrat pe piața serviciilor de acces la Internet fix. Pe piața accesului dedicat la Internet mobil acest indicator a fost de 77,1 lei, pe piața serviciilor de telefonie mobilă – de 66,2 lei, pe piața serviciilor de telefonie fixă - de 61,5 lei și pe piața serviciilor de televiziune (TV) contra plată – de 46,4 lei.

Datele statistice arată că, în anul de referință, cel mai mare volum de vânzări a fost realizat de către S.A. „Orange Moldova” - 2 mld. 424,3 mil. lei sau 36% din totalul veniturilor înregistrate în sectorul comunicațiilor electronice. Vânzările realizate de S.A. „Moldtelecom” au constituit 1 mld. 874,6 mil. lei sau 27,9% din total, iar cele ale S.A. „Moldcell” - 1 mld. 112,9 mil. lei sau 16,5% din total. Ceilalți furnizori au realizat un volum cumulativ de vânzări de 1 mld. 318,8 mil. lei sau 19,6% din total.

În urma analizei prezentate, se poate concluziona că, evoluția serviciilor de comunicații în R.Moldova urmărește imprimarea unui ritm rapid de modernizare și creștere a sectorului respectiv, creând bazele apariției și dezvoltării societății informaționale.

Operaționalizarea acestor servicii presupune alocarea unor resurse financiare, umane și materiale importante, creând presiuni majore la nivelul bugetelor administrațiilor locale și centrale, dar și în bugetele persoanelor fizice și juridice.

Cu toate acestea, prin aplicarea rapidă și corectă a măsurilor impuse de strategia în domeniu, se pot obține, atât la nivelul macroeconomic, cât și la nivel microeconomic, beneficii economice și sociale superioare eforturilor depuse.

Statul trebuie să acorde facilități fiscale care constau în scutirea de impozit pe venitul reinvestit în lucrări de extindere și modernizare a rețelei de comunicații. În acest fel beneficiile economice și sociale vor fi importante, iar avantajele economice generate de dezvoltare a societății informaționale se vor reflecta în: dezvoltarea infrastructurii de telecomunicații, creșterea accelerată a numărului de utilizatori de Internet, dotarea universităților, liceelor cu calculatoare conectate la Internet, aplicații în alte domenii de activitate printre care se numără medicina, cultura, domeniul financiar-bancar, transporturile, comerțul și altele.

Bibliografie

1. Agenția Națională pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației. *Raport privind activitatea Agenției Naționale pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației și evoluțiile pieței serviciilor de comunicații electronice*. 2015
2. Bârliga G., Antohi D. *Afacerile au intrat în era comunicațiilor*. Biz. Nr. 84, p. 46-52, 2004
3. Cetina I., Brandabur R. *Marketingul Serviciilor*. Editura Uranus, București, 2006
4. Dinu, E. *Analiza strategică a sectorului de telefonie celulară*. *Tribuna Economică* V.15, nr. 48, p. 55-56, 2004
5. Gorobievski S. *Concepte și abordări metodologice de evaluare și creștere a Calității Vieții*. Chișinău: TEHNICA-Info, 2013. p.74-148
6. Ioncica M. *Economia serviciilor – Aplicații*. Editura Uranus, București, 2004
7. Popescu O.C. *Comunicarea în marketing*. Editura Uranus, București, 2006
8. Văduva F., Moldoveanu G. *Perfecționarea strategiei de dezvoltare a telecomunicațiilor în România*. Ed. ASE 2006
9. Zaharia M. *Economia Serviciilor*. Editura Universitară, București, 2005