

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI

**ECONOMIA ȘI MARKETINGUL RAMURII
DE COMUNICAȚII DIGITALE**

Note de curs

**Chișinău
2020**

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI
FACULTATEA ELECTRONICĂ ȘI TELECOMUNICAȚII
DEPARTAMENTUL TELECOMUNICAȚII
ȘI SISTEME ELECTRONICE

ECONOMIA ȘI MARKETINGUL RAMURII
DE COMUNICAȚII DIGITALE

Note de curs

Chișinău
Editura „Tehnica-UTM”
2020

Notele de curs sunt adresate studenților specialităților 0714.1 *Tehnologii și Sisteme de Telecomunicații*, 0714.2 *Rețele și Software de Telecomunicații*, 0710.1 *Inginerie și Management în Telecomunicații*, cu formele de studii la zi și cu frecvență redusă.

Autori: conf. univ., dr. Silvia GANGAN
lector univ. Maria Grițco

Recenzent: conf.univ., dr. Nicolae BEJAN

Redactor responsabil: conf. univ., dr. Lilia SAVA

Redactor: Eugenia Balan

Bun de tipar 14.09.20	Formatul 60x84 1/16
Hârtie ofset. Tipar RISO	Tirajul 50 ex.
Coli de tipar 13,5	Comanda nr. 59

2004, UTM, Chișinău, bd. Ștefan cel Mare, 168
Editura „Tehnica-UTM”
2068, Chișinău, str. Studenților, 9/9

© UTM, 2020

CUPRINS

Tema 1	Economia ramurii telecomunicațiilor ca disciplină științifică.....	7
1.1	Clasificarea ramurilor și sectoarelor ale economiei.....	7
1.2	Structura ramurii, întreprinderile de telecomunicații....	9
Tema 2	Bazele științifice ale economiei ramurii comunicațiilor.	14
2.1	Locul teoriei economice a comunicațiilor în sistemul disciplinelor științifice.....	14
2.2	Direcții de dezvoltare științifică și tehnică a telecomunicațiilor.....	17
Tema 3	Tendențe de dezvoltare a comunicațiilor informaționale.....	24
3.1.	Proprietăți caracteristice de dezvoltare a informațiilor-comunicațiilor digitale	24
3.2	Relații dintre dezvoltarea comunicațiilor informaționale și a tehnicii computerizate.....	25
3.3	Direcții și tipuri de convergență cu caracter infocomunicațional.....	25
Tema 4	Particularitățile economice ale telecomunicațiilor.....	30
Tema 5	Servicii de comunicații și planificarea lor.....	33
5.1	Servicii de comunicare: esență, metode de măsurare...	33
5.2	Planificarea. Indicatorii de bază în planificare.....	34
Tema 6	Planificarea fluxului de schimb și a mijloacelor de comunicații.....	37
6.1	Planificarea fluxului de schimb.....	37
6.2	Planificarea mijloacelor de comunicații.....	39
Tema 7	Resurse de producție în comunicații și utilizarea lor.	42
7.1	Mijloacele de muncă și structura lor.....	42
7.2	Componența activelor și resurselor de producție în telecomunicații.....	44
Tema 8	Caracteristica economică a fondurilor fixe. Indicii de utilizare a fondurilor fixe.....	48
8.1	Componența fondurilor fixe.....	48
8.2	Indicii de utilizare a FF.....	49
8.3	Estimarea fondurilor fixe.....	53

Tema 9	Eficiența economică a modernizării și a reparațiilor capitale.....	58
	9.1 Reparații capitale și reparații curente.....	58
	9.2 Amortizarea FF.....	60
Tema 10	Componența mijloacelor de circulație a întreprinderii de TLC: esența, eficiența utilizării.....	62
	10.1. Caracteristica mijloacelor de circulație.....	62
	10.2. Normarea fondurilor de circulație în întreprinderile de TLC.....	65
	10.3. Planificarea și organizarea logisticii în gospodăriile de TLC.....	69
Tema 11	Resursele de muncă, eficiența muncii (productivitate), remunerarea muncii în ramura de comunicații.....	72
	11.1 Caracteristicile resurselor de muncă în ramura comunicațiilor.....	72
	11.2 Eficiența muncii (productivitatea).....	75
	11.3 Personal și organizarea remunerării muncii în ramura comunicațiilor.....	78
Tema 12	Costul de preț al unității de produs și structura lui în ramură.....	85
	12.1 Costul unității de produs în ramură.....	85
	12.2 Structura și particularitățile costului unității de produs în întreprinderile din ramură.....	86
Tema 13	Tarifele și prețuri pentru servicii de comunicații.....	94
	13.1 Tarifele pentru servicii de comunicații.....	94
	13.2 Prețuri pentru producția întreprinderilor de TLC.....	99
Tema 14	Planificarea veniturilor în ramură și metoda de determinare a acestora.....	105
	14.1 Venituri din activitățile de bază.....	105
	14.2 Profit și rentabilitatea producției.....	108
	14.3 Majorarea eficienței de producție în gospodăriile de comunicații.....	109
Tema 15	Eficiența implementării tehnicii noi și calitatea serviciilor.....	112
	15.1 Eficiența implementării tehnicii noi.....	112
	15.2 Calitatea serviciilor.....	115
	15.3 Căile de îmbunătățire a calității de lucru în TLC.....	118

Tema 16	Granițele economice ale ramurii comunicațiilor digitale.....	121
16.1	Factorii limitelor economice ale ramurii și ale produsului acesteia.....	121
16.2	Abordările teoretice pentru determinarea limitelor economice ale ramurii și ale pieței ramurii.....	123
Tema 17	Poziția ramurii în economia națională.....	128
17.1	Locul ramurii de comunicații digitale în economia națională.....	128
17.2	Caracteristica economică a dezvoltării componentelor ale ramurii integrate de telecomunicații și comunicații informaționale.....	132
Tema 18	Specificul ramural al structurii de piață a comunicațiilor digitale.....	137
18.1	Particularitățile mediului de piață a comunicațiilor și structura ramurală a pieței.....	137
18.2	Managementul și reglementarea ramurii de comunicații.....	142
18.3	Mediul de piață pentru furnizarea serviciilor de informare și comunicare.....	148
Tema 19	Piața de producție a serviciilor de comunicații.....	152
19.1	Indicii de clasificare a pieței serviciilor de comunicații digitale.....	152
19.2	19.2. Specificul producției și consumului serviciilor de comunicații digitale.....	157
Tema 20	Organizarea vânzărilor de servicii și deservirea clienților.....	164
20.1	Canale de distribuție a mărfii de consum.....	164
20.2	Dezvoltarea relațiilor de piață în ramura comunicațiilor.....	169
Tema 21	Strategiile și instrumentele de marketing.....	176
21.1	Instrumentele de marketing.....	176
21.2	Strategiile de marketing.....	177
21.3	Analiza interdependenței indicatorilor financiari și de marketing în evaluarea eficacității organizației.....	185

Tema 22	Tendențe de dezvoltare ale producției și consumului serviciilor de comunicații.....	191
22.1	Tendențele schimbării activităților ramurii.....	191
22.2	Modelul economic de producție și consum al serviciilor de informații și comunicații.....	195
Tema 23	Planificarea de marketing în ramură și evaluarea stării și a potențialului de dezvoltare.....	204
23.1	Conceptul, principiile și etapele planificării de marketing.....	204
23.2	Evaluarea stării și a potențialului de dezvoltare al comunicațiilor.....	206
	Bibliografie	213

BIBLIOGRAFIE

1. Rațiu-Suciu I., Plumb I., Mincu C. Economia ramurilor. Alba-Iulia: Select, 2006.

2. Clasificatorul activităților din economia Moldovei. <https://statistica.gov.md/pageview.php?l=ro&idc=385>. 2018.

3. Кузовкова Т.А., Володина Е.Е., Кухаренко Е.Г. Экономика отрасли инфокоммуникаций. Учебное пособие. Москва: Московский технический университет связи и информатики, 2013.

4. Абилов А.В. Закономерности развития регионального инфокоммуникационного комплекса. - М.: Горячая линия – Телеком, 2008. - 264 с.

5. Бабашкина А.М. Государственное регулирование национальной экономики: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 480 с.

6. Басовский Л.Е. Экономика отрасли: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 145 с.

7. Большой экономический словарь / Под ред. А. Азрилияна. - М.: Институт новой экономики, 2002. - 1280 с.

8. Васильев В.В., Кузовкова Т.А. Информационные технологии и информационная экономика. - М.: Палеотип, 2005. - 268 с.

9. Варакин Л.Е. Информационно-экономический закон. Взаимосвязь инфокоммуникационной инфраструктуры и экономики. - М.: МАС, 2006. - 106 с.

10. Веерпалу В.Э., Володина Е.Е., Девяткин Е.Е. Управление радиочастотным спектром: конверсия и экономика. - М.: Горячая линия - Телеком, 2011. - 165 с.

11. Голубицкая Е.А. Экономика связи: Учебник для вузов. - М.: ИРИАС, 2006. - 488 с.

12. Чалдаева Л.А. Экономика предприятия: Учебник. - М.: Издательство Юрайт, 2011. - 348 с.

13. Володина Е.Е., Кузовкова Т.А., Нарукавников А.В. Возмещение использования радиочастотного спектра как экономический метод эффективного управления ограниченным природным ресурсом // Вестник РАЕН, 2011. №4, с.103-108.

14. 25 лет инфокоммуникационной революции / Под ред. Л.Е. Варакина. - М.: МАС, 2006. - 264 с.

15. Зоря Н.Е., Кузовкова Т.А. Методология и практика мониторинга инфокоммуникаций: Монография. - М.: ООО «ИД Медиа Паблшер», 2012. - 260 с.

16. Иванов Ю.В. Слияния, поглощения и разделение компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса. - М.: Альбина Паблшерз, 2007. - 327 с.

17. Инфокоммуникации информационного общества. Книга 1 и 2 / Под ред. Л.Е. Варакина. - М.: МАС, 2006. - 544 с. и 416 с.

18. Кох Р., Яновский Г. Эволюция и конвергенция в электросвязи. - М.: Радио и связь, 2001. - 280 с.

19. Кузовкова Т.А. Экономические аспекты конвергентного развития инфокоммуникаций // Электросвязь, 2009. № 2, с.16-19.

20. Кузовкова Т.А., Тимошенко Л.С. Анализ и прогнозирование развития инфокоммуникаций. - М.: Горячая линия – Телеком, 2009. - 224 с.

21. Кузовкова Т.А. Научные основы экономики отрасли инфокоммуникаций: Монография. - М.: ООО «ИД Медиа Паблшер», 2013. - 245 с.

22. Макаров В.В., Горбачев В.Л., Желтоносов В.М. Колотов Ю.О. Новая экономика: интеграция рынков финансовых и инфокоммуникационных услуг. - М.: Academia, 2009. - 224 с.

23. Мардер Н.С. Современные телекоммуникации. - М.: ИРИАС, 2006. - 384 с.

24. Менеджмент в телекоммуникациях / Под ред. Н.П. Резниковой, Е.В. Деминой. - М.: Эко-Трендз, 2005. - 392 с.

25. Портер М. Конкуренция: Пер с англ./ Учебное пособие. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. - 495 с.

26. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 495 с.

27. Резникова Н.П., Кухаренко Е.Г. Маркетинг в отрасли инфокоммуникций. Учебное пособие для вузов / Под ред. Н.П. Резниковой. - М.: Горячая линия - Телеком, 2013. - 152 с.

28. Рекомендации по методике заполнения показателей, характеризующих бизнес-климат, человеческий капитал,

государственное регулирование в сфере ИКТ (показатели БКР)
Решение №39/3-СНГ. - М.: РСС, 2009. - 39 с.

29. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков: учебник.
- М.: Издательство Юрайт, 2011. - 906 с.

30. Рокотян А.Ю. От «телекома» к «инфокому». - М.: ИКС-холдинг, 2008. - 67 с.

31. Самуйлов К.Е., Чукарин А.В., Яркина Н.В. Бизнес-процессы и информационные технологии в управлении телекоммуникационными компаниями. - М.: Альбина Паблишерз, 2009. - 442 с.

32. Статистика связи. Учебник для вузов / Под ред. Т.А. Кузовковой. - М.: Радио и связь, 2003. - 624 с.

33. Статистические профили информационного общества 2009 год СНГ. - Женева: МСЭ, 2009. - 69 с.

34. Тарасевич Л.С., Гребенщиков П.И., Леусский А.И. Макроэкономика. - М.: Издательство Юрайт, 2011. - 686 с.

35. Тарасевич Л.С., Гребенщиков П.И., Леусский А.И. Микроэкономика. - М.: Издательство Юрайт, 2011. - 541 с.

36. Тихвинский В.О. Сети мобильной связи LTE: технологии и архитектура / Учебное пособие. - М.: Эко-Трендз, 2010. - 284 с.

37. Узбестер Фрэнк. Теории информационного общества / пер с англ. Под ред. Е.Л. Вартановой. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 400 с.

38. Ходов Л.Г. Государственное регулирование национальной экономики: Учебник. - М.: Экономистъ, 2004. - 620 с.

39. Report ITU-R SM.2012-2 - Economic aspects of Spectrum Management, 2010.

40. Measuring the Information Society Recommendation ITU. - Geneva: International Telecommunication Union, 2013. - 30 p.

41. Evoluția pieței de comunicații electronice. [https://www.anrceti.md/files/filefield/Evolutia_Pietei_2016\(rom\).pdf](https://www.anrceti.md/files/filefield/Evolutia_Pietei_2016(rom).pdf)

42. Recommendation ITU-R SM. Spectrum redevelopment as a method of national spectrum management. Doc. 1B/TEMP/7/2002. - Geneva: International Telecommunication Union, 2003, p.4.

43. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.: ил.
44. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб, пособие. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 318 с.
45. Голубицкая Е. А. Экономика связи: учебник для студентов вузов. - М.: ИРИАС, 2006. - 488 с.
46. Голубицкая Е.А., Кухаренко Е.Г. Основы маркетинга в телекоммуникациях. Учебное пособие. - М.: Радио и связь, 2005. - 320 с.
47. Завьялов И.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2010. - 496 с.
48. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Изд-во Вильямс, 2007. - 656 с.
49. Котлер Ф. Келлер К.Л. Маркетинг в менеджменте. 12-е изд. / Пер. с англ. СПб: Питер Ком, 2010. - 816 с.
50. Ламбен Ж.Ж., Чумпитас Р.К., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. Пер. с англ. / Под. ред. В.Б. Колчанова. СПб.: Питер, 2010.- 720 с.
51. Майкл Е. Портер Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. 2-е изд. МЛ Альпина Бизнес Букс, 2006. - 454 с.
52. Фредерик Уэбстер. Основы промышленного маркетинга. М.: Издательский дом Гребенникова, 2005. - 416 с.
53. Красовская Е.Ю. Маркетинговые исследования: Слайд-конспект. - Д.: Изд-во ДУЭП, 2007. - 108 с.
54. Материалы МСЭ. Измерения для информационного общества-Индекс развития ИКТ. - Женева, 2009. - 156 с.
55. Legea nr.270 din 23.11.2018 privind sistemul unitar de salarizare în sectorul bugetar.