Veaceslav IONIȚĂ

Piața comunicațiilor electronice: de la telefonia fixă la internet mobil și vânzări de conținut

Nr. 13 | Decembrie 2016

Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul” este succesorul de drept al Fundației Viitorul, și păstrează în linii mari tradițiile, obiectivele și principiile de acțiune ale fundației, printre care se numără: formarea de instituții democratice și dezvoltarea unui spirit de responsabilitate efectivă printre oamenii politici, funcționari publici și cetățenii țării noastre, consolidarea societății civile și spiritului critic, promovarea libertăților și valorilor unei societăți deschise, modernizate și pro-europene.

Pentru mai multe informații asupra acestei publicații ori asupra abonamentului de recepționare a publicațiilor editate de către IDIS, vă rugăm să contactați IDIS „Viitorul”.

Adresa de contact:
Chișinău, Iacob Hîncu 10/1, 2004, Republica Moldova
Telefon: (373-22) 21 09 32
Fax: (373-22) 24 57 14
www.viitorul.org

Această publicație este realizată de IDIS „Viitorul” cu suportul financiar al Ambasadei Olandei în cadrul Programului MATRA. Opiniile aparțin autorilor și nu reflectă punctul de vedere al finanțatorului.

Kingdom of the Netherlands

Cuprins

Abrevieri 6

Sumar Executiv 7

Moldtelecom: de la un serviciu de stat la o companie comercială, care activează pe piața concurențială 9

Evoluțiile piețelor de comunicații electronice şi impactul lor asupra întreprinderilor aflate în proprietatea statului 16

Cum schimbările din piața comunicațiilro electronice au transformat Moldtelecom-ul 25

A şasea piață: clienții şi vânzările de publicitate&conținut media online 29

Concluzii şi recomandări 32

Bibliografie 34

Abrevieri

ANRCETI – Agenția Națională pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației a Republicii Moldova

BERD – Banca Europeană pentru Reconstrucții și Dezvoltare

BNS – Biroul Național de Statistică a Republicii Moldova

FMI – Fondul Monetar Internațional

HCC – Hotărârea Curții Constituționale

HG – Hotărâre de Guvern

HP – Hotărâre de Parlament

RCC – Raport Curtea de Conturi

Sumar executiv

După 25 ani de la disoluția sistemului sovietic, Republica Moldova continuă procesul complicat de transformare de la o economie centralizată de comandă, unde totul era dirijat şi livrat de către stat, la o economie de piață funcțională,în care statul își rezervă rolul exclusiv de arbitru neutru, care asigură condiții egale pentru toți jucătorii de piață, fără a uita însă de obligațiile sale de gardian al legalității.

În mod evident, noile funcţii ale statului bazat pe economia de piață intră în conflict direct cu statului lui precedent de furnizor monopolist de servicii și deținător exclusiv al tuturor activelor economice. Până în acest moment, statul a cedat în mâinii private peste 75% din totalul activelor sale economice, deținute la formarea satului independent de URSS, Republica Moldova, însă continuă să dețină controlul asupra unor întreprinderi importante în diverse sectoare ale economiei naționale, cum este – sectorul energetic, telecomunicațiile, transporturile pe magistralele de căi ferate, etc. Logica economiei de piață și concurența privată în toate domeniile economice elimină pas cu pas prezența de monopolist al statului în anumite sectoare economice.

Cel mai bun exemplu în această privință este industria tutunului. Neprivatizarea companiei monopoliste în perioada anilor 1996-1998 a transformat această companie într-un jucător de piață de rangul doi, un fel de outsider al marilor profituri care circulă pe alături de bilanțul său comercial, care deține în acest moment o cotă de piață de numai 10-15%, restul fiind acaparată de companiile transnaționale. Mulți regretă în acest moment că industria națională de tutungerie nu a fost privatizată în trecut, deşi ar fi existat numeroase ocazii. O decizie întârziată, a spulberat orice posibilitate de vânzare avantajoasă a activelor statului. În domeniul telecomunicațiilor, situația companiei „amiral" al statului fiind Moldtelecom stă un pic mai bine, însă transformările enorme din acest sector deosebit de sensibil la fluctuațiile gigantice de pe piața globală a telecomurilor şi a rapidității cu care se schimbă astăzi tehnologiile moderne de comunicare digitală, arată clar ratările repetate în materie de privatizare din ultimii 20 de ani al aceste companii au jucat un serviciu prost intereselor economice naționale. De la un monopolist pe piață cu o cotă de 100% (în anii 1995-1998), atunci când au fost depuse cele mai mari eforturi de a identifica soluții de privatizare, Moldtelecom a ajuns în prezent doar unul din numeroşii jucători pe piață în industria telecomunicațiilor digitale, cu o cotă de doar 30%. Ar trebui să menționez însă că și această cotă modestă de piață este deținută, în mare parte datorită căutărilor de produse noi, eforturilor deosebite de a loializa şi menține clienții vechi și noi și adaptarea rapidă la tehnologiile noi.

De fapt, întreg tezaurul moştenit de această companie, cu alte cuvinte volumul deplin al activelor supuse privatizării în perioada anilor „90, reprezintă în prezent mai degrabă o povară decât un activ efectiv pentru companie. Telefonia fixă și rețelele fizice, gloria din trecut a companiei, sunt în prezent principala barieră în dezvoltare sustenabilă a companiei Moldtelecom. Debarasarea de ideile vechi și de trecutul de monopolist consacrat pe o piață deficitară ar fi, în acest context, singura strategie de supraviețuire a companiei Moldtelecom, singura cale de a o face adaptabilă la puternicele transformări din sectorul telecomunicațiilor digitale și globale, la care nimeni

dintre noi nu poate rămâne indiferent. Din această perspectivă, am îndrăznit să analizăm în acest studiu (Policy Paper) întreaga epopee de 20 de ani a companiei Moldtelecom, trecând în revistă proiectele trecute de privatizare, răscrucile politice în care decidenții au ezitat și deciziile, care au făcut posibil ca această companie să ajungă așa cum există ea în acest moment. Acest studiu de caz este relevant pentru multe alte întreprinderi de stat din sectorul public al Republicii Moldova. El atestă cum s-a transformat acest sector al marilor întreprinderi de stat, ce fel de abordări s-au îmbrățișat la anumite momente politice față de ceea ce a ținut loc de politică a statului în acest domeniu, și cu ce rezultate ne-am pomenit, în decembrie 2016, la capătul unei tranziții complexe și, în mare parte, nemulțumitoare sub aspectul rezultatelor economice.

Studiul relevă cum intențiile guvernului de a supune această întreprindere unui proces de privatizare specială, alegând opțiunea atragerii de capital străin și nume de investitori strategici, s-a transformat într-un proiect fără finalitate și izolat de transformările pe piața globală. Pe de altă parte, și crizele prin care economia națională a RM a trecut succesiv (1998-2000) și-au lăsat o amprentă puternică asupra filosofiei și preferințelor politice ale guvernului central. Deja obiectivul de bază devenise încasarea de venituri la buget de pe urma privatizării. Statul accepta să cedeze în totalitate compania. Lucrul acesta nu a fost făcut la timp și noi neam trezit cu o companie într-un sector, care a suferit cele mai puternice transformări în următorii 15 ani. În următorul capitol, voi arăta cum sectorul telecomunicațiilor s-a transformat dintr-un sector al telefoniei fixe într-un sector al telecomunicațiilor mobile, înzestrate cu tehnologii moderne și imperativul mobilității clientului. În acest moment, telefonia fixă pe care o mai gestionează Moldtelecom este, de departe, un rudiment al trecutului „glorios", cu o cotă de 15% din totalul pieții și cu perspective foarte sumbre în următorii 5 ani. Schimbările de piață indică asupra momentului unei noi revoluții globale în domeniul comunicațiilor electronice. Economia se transformă și baza veniturilor provine deja nu de la deținătorii de infrastructură fizică, ci de cei care livrează pentru clienți prin intermediul produselor de publicitate & conținut media. Menționăm că, noile soluții de comunicații au condus la stagnarea pieței în ultimi doi ani, tendințe care se vor accentua în următorii ani. Infrastructura fizică, care asigură legătura dintre consumator și furnizorul de publicitate & conținut media, devine secundară, iar profiturile obținute din vânzările de publicitate&conținut media vor fi atât de mari, încât companiile furnizoare singure vor asigura conectarea furnizorilor la conținut prin intermediul rețelelor fizice existente. În condițiile ratărilor de venituri de pe cele 5 piețe tradiționale ale comunicațiilor electronice, Moldtelecom și restul operatorilor din acest domeniu trebuie să-și îndrepte privirea spre a șasea piață nouă, cea cea de publicitate&conținut media online. În principiu, managementul Moldtelecom are numai 2 căi de dezvoltare: fie să devină furnizori independenți de publicitate & conținut media online, fie să devină parteneri locali ai marilor furnizori globali și regionali.

Cel care se va plia cel mai rapid la efectele revoluției din sectorul comunicațiilor mobile globale și va lua cele mai corecte decizii în această privință va deveni lider de piață în următori i5 ani. Nu infrastructura fizică deținută este un avantaj competitiv, dar clienții și strategia de piață sunt unicele două elemente de supraviețuire întro piață ce a demarat cea mai puternică transformare, care va dura următorii 5 ani.

Moldtelecom: de la un serviciu de stat la o companie comercială, care activează pe piața concurențială

Compania Moldtelecom a trecut şi trece printr-un proces complex de transformare de la un serviciu public în timpul Uniunii Sovietice la o companie modernă care operează pe o piață concurențială de comunicații electronice de rând cu alți operatori internaționali. În acest moment, această companie de stat (publică) trece printr-un proces de transformare, în care ar urma să-şi stabilească strategia de business, transformându-se dintr-o companie care operează pe o piață în declin de furnizare a serviciilor electronice într-o companie pe o piață nouă în creştere de vânzări de publicitate & conținut media online.Cele 5 etape de transformare a companiei pot fi descrise astfel:

I. Transformarea din serviciu public în Întreprindere de stat. 1993

II. Transformarea din întreprindere de stat în Societate pe acțiuni. 1999

III. Transformarea din furnizor de telefonie fixă, în companie care activează pe toate cele 5 piețe ale comunicațiilor electronice. 2005-2015

IV. Transformarea din companie furnizoare de servicii electronice în companie furnizoare de conținut media, 2015-2020

Prima transformare a avut loc la 1 aprilie, 1993, în urma restructurării sectorului de telecomunicații din Republica Moldova a fost înființată Întreprinderea de Stat „Moldtelecom". După doi ani d la această dată, în RM demarează procesul de privatizarea în masă, care a fost finalizat în luna noiembrie 1995. La acea perioadă, circa două-treimi din întreprinderile non-agricole au fost privatizate şi au trecut în proprietate privată. În total, circa 2.235 de foste întreprinderi de stat, dintre care circa 1.137 întreprinderi mari şi mijlocii şi circa 1.098 întreprinderi mici au fost privatizate către persoane fizice prin intermediul programului de privatizare. Privatizarea pe baza bonurilor patrimoniale a inclus circa 3,5 milioane cetățeni ai Republicii Moldova, în calitate de deținători de bunuri patrimoniale. Din totalul întreprinderilor supuse privatizării doar 146 nu au fost privatizate la acea etapă. Din totalul patrimoniului privatizat prin intermediul bonurilor patrimoniale, circa 20% a fost vândut direct unor persoane fizice, iar restul 80% au fost privatizate prin intermediul Fondurilor de investiții, companiilor de trust şi alte entități colective.

Pentru 40 de întreprinderi strategice s-au elaborat programe speciale de privatizare. În iunie 1995 a fost fondată bursa de valori mobiliare a RM. Anume în această perioadă au început discuțiile privind privatizarea companiei Moldtelecom. La 11 septembrie 1995, Guvernul condus de PM A.Sangheli adoptă o HG[1] privind reorganizarea şi privatizarea Companiei

[1] HG, Nr. 628 din 11.09.1995 cu privire la reorganizarea şi privatizarea întreprinderii de stat "Moldtelecom". Publicat: 24.11.1995 în Monitorul Oficial Nr. 65-66 art Nr: 523

„Moldtelecom". Privatizarea era prevăzută în conformitate cu prevederile programului de cooperare tehnică cu BERD, care presupunea transformarea acestei companii din întreprindere de stat într-o societate pe acțiuni. Valoarea patrimoniului acestei întreprinderi trebuia să constituie cota statului în SA şi aceasta să nu fie mai mică de 60%. Restul de 40% din valoarea acestei întreprinderi urma să fie acoperită prin investiții directe ale investitorului ales de BERD. Investitorul trebuia identificat în baza uni licitații internaționale deschise.

Anii 1995-1996 pot fi considerați drept anii de bază ai procesului privatizării în masă. Anume atunci au fost privatizate peste 190 mii de locuințe, cea ce reprezenta mai mult de 80% din totalul locuințelor care nu erau în proprietatea cetățenilor la acea dată. Din totalul locuințelor privatizate circa 51% au fost transmise gratuit locatarilor acestor locuințe, iar 41% din numărul total au fost transmise contra Bonurilor patrimoniale, şi doar 4% dintre acestea au fost oferite cu bani. Însă circa 11% din numărul total de bonuri distribuite populației nu au fost utilizate la privatizare până la termenul limită stabilit de lege (Iulie 1996). În vara anului 1996 au rămas neprivatizate circa 100 întreprinderi supuse privatizării şi 37 mii locuințe. Din acest motiv, Parlamentul RM a prelungit programul de Privatizare în masă până la data de 1 Noiembrie 1996. Concomitent cu desfăşurarea programului național de privatizare, Parlamentul RM a adoptat, în iulie 1996, legea privind fondurile de investiție, limitând dreptul fondurilor investiționale de a investi mai mult de 25% din resursele disponibile într-o singură entitate economică. În acelaşi context al privatizării, Guvernul RM a selectat 41 de întreprinderi, care urmau să fie privatizate pe bani prin intermediul tenderelor individuale. Legea care prevedea planul de privatizare contra bani pe anii 1997-1998 a fost votată de Parlament în Iunie 1997, iar deja în luna Iulie 1997, Guvernul RM, condus de PM Ciubuc 2 adopta o nouă HG[2] privind reorganizarea şi privatizarea Companiei „Moldtelecom". Abordarea Guvernului Ciubuc a fost, totuşi, diferită de cea a Guvernului precedent condus de A.Sangheli. Prin Hotărârea sa, Guvernul Ciubuc 2 instituie o comisie guvernamentală în frunte cu prim-ministrul în exercițiu şi alți doi vice-prim-miniştri. Comisia urma să aprobe condițiile de desfăşurare a tenderului internațional şi să invite companii cu renume mondial în domeniul comunicațiilor. Trebuie să menționăm că decizia de privatizare a Moldtelecom a fost luată în perioada când procesul de privatizare mergea foarte lent, cauza principală fiind interesul scăzut din partea investitorilor străini. Legislația era una discriminatorie față de investitorii străini. Ea permitea ca investitorii locali să achite pe o perioadă îndelungată de timp prețul întreprinderii procurate, iar investitorii străini trebuiau să achite la procurare suma integrală. La finele anului 1997 Guvernul a decis că participanții la privatizare pe bani au fost obligați să declare proveniența banilor, însă mai apoi sa dezis de această idee.

În anul 1997, Parlamentul RM adoptă un nou program de privatizare[3] pentru anii 1997-1998, unde apare din nou şi obiectivul privatizării companiei Moldtelecom. În iulie 1997, Parlamentul RM aprobă Proiectul individual de reorganizare şi privatizare a Moldtelecom[4]. În acest document găsim pentru prima dată un plan detaliat de reorganizare şi privatizare a companiei Moldtelecom, care prevedea o reorganizare radicală a managementului acesteia şi crearea unui consiliu de conducere, care urma să includă şi reprezentanți ai abonaților (clienților săi). În acest fel,

---

[2] HG. Nr. 710 din 29.07.1997cu privire la instituirea Comisiei guvernamentale pentru reorganizarea şi privatizarea Întreprinderii de Stat "Moldtelecom". Publicat: 25.09.1997 în Monitorul Oficial Nr. 063. Abrogat prin HG 328/22.04.99, MO 42/29.04.99 Art.321

[3] LEGE Nr. 1217 din 25.06.1997 cu privire la Programul de privatizare pentru anii 1997-1998

[4] HP. Nr. 1288, din 22.07.1997 cu privire la Proiectul individual de reorganizare şi privatizare a Întreprinderii de Stat "Moldtelecom". Publicat: 16.10.1997 în Monitorul Oficial Nr. 067 Data intrarii in vigoare: 10.06.1998, Abrogată prin LP219/16.12.98, MO26/18.03.99

Moldtelecom nu mai era privită ca o întreprindere de stat cu atribuții exclusiviste, dar ca o societate comercială, care activează pe piața telecomunicațiilor alături de alte entități economice, pe principii generale de piață și în temeiul unei licențe de funcționare eliberate în conformitate cu legislația în vigoare. Mai mult, Parlamentul lua decizia d a aproba privatizarea Moldtelecom în forma unui parteneriat strategic cu un operator internațional cu renume, selectat în baza unui tender public internațional. Această viziune corespunde cu viziunea guvernului condus de Andrei Sangheli din 1995 privind modalitatea de privatizare a Moldtelecom.

Parlamentul menține opțiunea de a vinde doar 40% din acțiunile companiei, cu dreptul investitorului de a procura alte 9%. Guvernul își menține cota de control majoritar asupra acțiunilor, dar speră să obțină cca 120 mln $ pentru 40% scoase la vânzare. Din aceștia, proiectul Guvernului prevedea ca 18 mln să fie utilizați la achitarea costurilor licenței de activitate, iar restul de 102 mil $ ar fi urmat să fi investiți în dezvoltarea companiei Moldtelecom. Observăm astfel că activele Moldtelecom înainte de privatizare erau estimate la 180 mil USD, iar în urma privatizării compania nou formată trebuia să valorize 300 mil USD. Investitorul care ar fi achiziționat 40% din valoarea acestei companiei ar fi fost obligat să ofere 3% din acțiuni angajaților Moldtelecom în primele 6 luni de la preluarea acțiunilor, cea ce ar fi constituit circa 9 mil USD. În mediu, fiecare angajat ar fi putut obține o cotă parte de circa 1,2 mii USD, cea ce constituia la acea vreme salariul mediu pe ramură pentru 1,5 ani[5]. Dar, la 25 noiembrie 1997, un grup de deputați din opoziție atacă la Curtea Constituțională HP din iulie 1997 privind reorganizarea și privatizarea Moldtelecom, contestând în special prevederea după care Moldtelecom ar fi obținut după privatizare anumite drepturi exclusive de prestare a unei game largi de servicii. În opinia autorilor sesizării, înlocuirea monopolului de stat în domeniul telecomunicațiilor cu monopolul unei societăți comerciale, în cazul dat Moldtelecom, ar fi contravenit principiilor economiei de piață și scopului asumat de liberalizare a domeniului telecomunicațiilor. Fără a întind mult deliberările asupra acestui subiect contencios, Curtea Constituțională declară această prevedere a programului individual de reformare drept neconstituțională[6]. Considerăm oportun de a analiza în detaliu contextul special în care a apărut sesizarea și impactul deciziei CC asupra ramurii economiei naționale.

În opinia noastră, scopul real al sesizării în Curtea Constituțională a urmărit exclusiv obiectivul de a zădărnici planul de privatizare a companiei Moldtelecom. Pentru aceasta era necesar de descurajat potențialul investitor, prin anularea unor drepturi exclusive. Decizia Curții Constituționale de a declara neconstituțională prevederea despre dreptul investitorului de a presta anumite servicii exclusive pe o perioadă determinată de timp a avut un impact negativ asupra identificării investitorului așteptat de guvern. Remarcăm că, și în acest caz, Curtea Constituțională a intervenit pe terenul politicilor economice ale executivului, dând o apreciere juridică contradictorie, fără a ține cont de esența unor procese și fenomene economice, mult mai complexe. În particular, a fost interpretată în mod eronat norma constituțională privind libera concurență. Or, în acea perioadă, în RM abia de se formau noi piețe în care libera concurență încă nu era clar definită, iar jucătorii de piață nu puteau știrbi concurența inexistentă. Aceiași situație se manifesta și în domeniul sectorului de electricitate și a telecomunicațiilor. În definitiv, însăși procedura de oferire a unor licențe de către regulatorii naționali reprezintă instrumente de limitare a concurenței și o politică a statului de a crea condiții avantajoase deținătorilor de licență în detrimentul liberii concurențe.

[5] Calcule în baza datelor BNM, Raportul Anual al Moldtelecom 2001 și Anuarul Statistic al Republicii Moldova 2004.

[6] HCC Nr. 17 din 10.06.1998despre controlul constituționalității Hotărîrii Parlamentului Republicii Moldova nr. 1288-XIII din 22 iulie 1997 "Cu privire la Proiectul individual de reorganizare și privatizare a Întreprinderii de Stat "Moldtelecom". Publicat: 09.07.1998 în Monitorul Oficial Nr. 062

Putem constata totuși că, urmare a deciziei neinspirate a Curții Constituționale din 10 iunie 1998, prin care au fost declarate „neconstituționale" anumite prevederi ale planului individual de reorganizare și privatizare a Moldtelecom, Parlamentul RM a fost forțat să adopte o nouă lege privind reorganizarea și privatizarea Companiei Moldtelecom, la finele anului 1998[7]. Prin această nouă hotărâre, Parlamentul abrogă hotărârea sa precedentă, care conținea mai multe elemente importante, cum ar fi: managementul corporativ, formarea unui Consiliu de administrație, introducerea conceptului de drepturi patrimoniale ale salariaților Moldtelecom, limitând esențial abordarea statului asupra privatizării acestei companii vitale pentru sectorul comunicații. Chiar dacă Curtea Constituțională a declarat drept „neconstituțională" prevederea transmiterii unor drepturi exclusive unei companii străine, în noua sa Hotărâre , Parlamentul RM oferă din nou acest drept exclusiv, dar sub o nouă etichetă, de această dată – pe o perioadă de 5 ani de la momentul investiției strategice, Moldtelecom obține o autorizație exclusivă pentru telecomunicații internaționale și prestarea principalelor servicii de telecomunicații interurbane și locale și pentru asigurarea închirierilor de circuite prin intermediul rețelei publice de telecomunicații. Totodată, companiei interesate să participe la privatizarea Moldtelecom îi sunt impuse însă o serie de limitări serioase, printre care și limitarea de majorare a tarifelor. Creșterea medie a tarifelor nu putea depăși rata inflației plus 5%, iar fiecare tarif individual, pentru unul din servicii, nu putea fi majorat mai mult decât rata inflației și 10%, iar pentru primii 2 ani structura tarifelor rămânea neschimbată. Cea mai importantă modificare ține de refuzul Guvernului de a mai deține pachetul de control asupra companiei. Partenerul strategic obținea dreptul de a procura 51% din companie. Această decizie vine să compenseze cumva restricțiile și ambiguitățile tarifare. Planul individual prevedea o modificare a metodologiei de calcul a tarifelor și structurii lor în baza experienței internaționale, însă trebuie să constatăm că la acea perioadă lipsea orice cadru legal de reglementare. Anume lipsa unei legislații de reglementare și incertitudinea privind tarifelor au reprezentat obstacolul fundamental în calea privatizării companiei Moldtelecom și identificării unui investitor adecvat.

Următorul plan de privatizare apare în anul 1998 și conținea planul Guvernului RM de a privatiza mai multe întreprinderi strategice ale statului (operatorul național de telefonie Moldtelecom, companii avia, transport, energetică și întreprinderea de tutun din Chișinău). Remarcăm că, în 1998, Guvernul insista pe privatizarea Moldtelecom pentru a compensa ratările de venituri de pe urma anulării privatizării Tutun-CTC. Tot în anul 1998, Guvernul aprobă un plan de acțiuni[8] în vederea [9]realizării înțelegerilor convenite în cadrul vizitei oficiale a Președintelui RM, Petru Locinschi, în Franța, pe parcursul căreia se conveniseră asupra unor înțelegeri concrete privind atragerea unor investitori francezi și dezvoltarea rapidă a relațiilor bilaterale în domeniul economic. Astfel, Compania Moldtelecom era menționată de trei ori în documentul semnat pe marginea vizitei șefului statului în Franța, ceea ce ne face să considerăm că investitorii francezi examinau în mod sigur posibilitatea de a participa la privatizarea Companiei Moldtelecom cu statut d potențiali investitori strategici. Pe parcursul lui 1998, Guvernul RM reușește să privatizeze însă doar 17 din totalul de 102 întreprinderi supuse privatizării. Dintre acestea, 5 companii au fost procurate de investitorii străini, restul de investitorii locali, ca urmare a unui interes mediocru al investitorilor față de tipul de proprietăți incluse în programul de privatizări al guvernului.

[7] HP Nr. 219 din 16.12.1998 despre Proiectul individual de reorganizare și privatizarea Întreprinderii de Stat "Moldtelecom"-Publicat: 18.03.1999 în Monitorul Oficial Nr. 026 Data intrarii in vigoare: 18.03.1999

[8] HG Nr. 267 din 10.03.1998 cu privire la aprobarea Planului de acțiuni pe anii 1997-1998 în vederea realizării înțelegerilor convenite în cadrul vizitei oficiale în Franța a dlui Petru Lucinschi, Președintele Republicii Moldova

[9] HP Nr. 135din 11.09.1998privind stabilizarea situației financiar-economice din Republica MoldovaPublicat: 17.09.1998 în Monitorul Oficial Nr. 085 Promulgat: 11.09.1998 Data intrarii in vigoare: 11.09.1998

Observăm astfel că doar fabrica de ciment de la Rezina şi compania Farmaco au fost vândute unor investitori străini, iar în perioada noiembrie 1997- noiembrie 1998, au fost achiziționate alte patru companii, pe lângă cele două menționate mai sus. Efectele dure ale crizei financiare din Rusia (august 1998) au influențat radical starea generală a economiei naționale din RM. Drept confirmare servește şi deprecierea de 3 ori a valutei naționale, conducând la o sărăcire rapidă a populației, pulverizarea rezervelor bugetare şi înghețarea activităților economice. Această criză sistemică a forțat autoritățile să-şi revadă în grabă direcțiile majore ale politicilor economice, inclusiv al celor legate de procesul de privatizare. În septembrie 1998, în parlament au fost organizate audieri ale cabinetului de miniştri şi BNM cu privire la mecanismele de depăşire a crizei. În urma acestor audieri, a fost adoptată o nouă Hotărâre prin care se solicita expres guvernului să accelereze procesul de privatizare a companiei Moldtelecom. La începutul lui 1999, Guvernul Ciubuc 2 aprobă o altă HG[10] privind măsurile necesare de întreprins în vederea executării veniturilor la bugetul de stat. Una dintre aceste măsuri urgente presupunea privatizarea companiei Moldtelecom. Criza economico-financiară din perioada 1998-2000 a schimbat total paradigma guvernului privind modul de privatizare al Moldtelecom. Dacă inițial se dorea doar modernizarea şi creşterea capitalizării Moldtelecom prin atragerea unui investitor strategic, fără ca bugetul de stat să obțină în mod necesar venituri din această tranzacție de privatizare, în anul 1999, criza bugetara profundă forțează Guvernul RM să regândească definitiv modul de privatizare al Moldtelecom. Din acest moment, Guvernul intenționează să vândă Moldtelecom în scopul obținerii unor resurse suplimentare în bugetul de stat, fără a mai insista pe condițiile deținerii unor participări în capitalul acționar al acestei companii. Deşi îşi propunea să vândă Moldtelecom în primul trimestru al anului 1999, Guvernul RM nu reuşeşte să facă acest lucru, iar proiectul de utilizare a banilor obținuți din această vânzare la suplinirea veniturilor bugetului de stat şi acumularea banilor pentru achitarea cu creditorii externi a fost preluată în mod automat şi de următorul Guvern RM, condus de PM D.Braghiş în anul 2000[11]. Termenul de privatizare al Moldtelecom a fost stabilit pentru august 2000.

În anul 1999, Guvernul RM a elaborat şi prezentat parlamentului un alt program de privatizare pentru anii 1999-2000, care ar fi trebuit să fie ultimul mare program național de înstrăinare a bunurilor de stat prin vânzarea acestor valori patrimoniale, funcționând ca o extindere a programelor precedente de privatizare (1997-1998) Noul program presupunea finalizarea privatizării tuturor întreprinderilor supuse privatizării. La începutul anului 1999 circa 60% din economie fusese transferat sectorului privat, iar peste 90% din locuințe erau deținute de persoane private[12]. După şase ani de la fondarea întreprinderii de stat Moldtelecom, la 5 ianuarie 1999, are loc reorganizarea întreprinderii sub forma unei societăți pe acțiuni (SA) cu o cotă-parte a statului în capitalul social de 100% (evaluat la valoarea de 984,2 mil. Lei)[13]. Evaluarea participației statului la capitalul social a fost contestată de experții Curții de Conturi, car a stabilit că la etapa

[10] HG Nr. 28din 20.01.1999 **cu privire la activitățile adiționale de asigurare a executării bugetului pe anul 1999** Publicat: 04.02.1999 în Monitorul Oficial Nr. 010 Promulgat: 20.01.1999 Data intrarii in vigoare: 04.02.1999

[11] HG Nr. 469 din 18.05.2000 cu privire la Măsurile de executare a Legii bugetului pe anul 2000 şi de acumulare a rezervelor financiare pentru onorarea angajamentelor publice faţă de creditorii externi şi interniPublicat: 25.05.2000 în Monitorul Oficial Nr. 059 Promulgat: 18.05.2000

HG Nr. 469 din 18.05.2000 cu privire la Măsurile de executare a Legii bugetului pe anul 2000 şi de acumulare a rezervelor financiare pentru onorarea angajamentelor publice faţă de creditorii externi şi interni. Publicat: 25.05.2000 în Monitorul Oficial Nr. 059. Promulgat: 18.05.2000

[12] The Countries of the Former Soviet Union at the Turn of the Twenty-First Century: The Baltic and European States in Transition (Routledge Studies of Societies in Transition) Reprint Edition. by Ian Jeffries (Author)

[13] CURTEA CONTURI Nr. 6 din 28.02.2008 privind raportul asupra auditului de atestare la S.A. „Moldtelecom" pe perioada anilor 2006-2007 (9 luni) Publicat: 07.05.2008 în Monitorul Oficial Nr. 83 art Nr: 8

reorganizării întreprinderii, Comisia desemnată de Departamentul Privatizării, care era condus de Vlad Filat, a subevaluat valoarea patrimoniului întreprinderii şi nu a ținut cont de prețurile reale existente pe piață. În urma intervenției Curții de Conturi, Guvernul RM a contractat compania „PriceWaterhoue Coopers", care a efectuat un auditul deplin al SA Moldtelecom, stabilind că valoarea patrimoniului deținut de stat era cu 995 mil lei mai mare decât estimarea Departamentului Privatizării (!)[14].

În ianuarie 1999, FMi a reluat finanțarea cu 35 mil USD a Republicii Moldova. Parlamentul aprobă în această perioadă un buget auster şi votează o nouă lege privind privatizarea companiilor de vinificație şi industria tutunului. O condiție pentru reluarea finanțării externe, Guvernul RM se obligă să vândă pachetul de control al companiei Moldtelecom. Toate aceste măsuri au fost luate, pentru a face posibilă o nouă finanțare de 150 mil USD din partea FMI[15].La 22 aprilie 1999, PM D.Braghiş ia decizia de a institui o nouă comisie guvernamentală pentru privatizarea Moldtelecom. Ca şi comisiile precedente, această nouă comisie este prezidată personal de PM, care este asistat în acest scop de alți doi Vice-prim-miniştri. În luna iulie 1999, Parlamentul RM adoptă o nouă lege privind proiectul individual de privatizare al Societății pe Acțiuni „Moldtelecom"[16]. Această lege repetă prevederile Hotărârii precedente a Parlamentului, dar aduce cu sine şi câteva elemente noi. Astfel, conform acestei hotărâri, Guvernul RM este obligat să caute un investitor cu renume mondial, indicând asupra disponibilității de a considera şi încheierea unei înțelegeri de vânzare integrală unor investitori locali. Legea prevede astfel o clară discriminare a investitorului străin, care este obligat să achite valoarea acțiunilor într-o singură tranşă, iar investitorul local ar fi putut achita acțiunile procurate într-o formulă eşalonată pe o perioadă de 5 ani. Tot prin această lege Parlamentul RM stipulează că după un an de zile de la vânzarea 51% din acțiuni, Guvernul RM va stabili modul de vânzare a restul acțiunilor statului, altfel spus - statul preconiza vânzarea în două etape a întregului pachet de 100% de acțiuni ale companiei „Moldtelecom".

La 16 ianuarie 2001, Guvernul condus de PM D.Braghiş decide[17] să aloce din 2 credite finanțate de BERD suma de 500 mii USD pentru achitarea serviciilor de consultanță în domeniul privatizării Moldtelecom, care urmau să fie prestate de o bancă investițională străină selectată în baza unui concurs organizat de Guvern. În mai 2002, Guvernul condus deja de PM V.Tarlev aprobă o nouă HG[18] prin care se decide organizarea unui concurs investițional de privatizare a SA Moldtelecom. Această decizie aduce câteva elemente noi. În primul rând statul decide astfel să vândă întregul pachet de acțiuni dintr-o singură dată, fără a mai spera să eşaloneze prin tranzacții separate vânzarea acestei companii (prima etapă - 51% acțiuni, a doua - 49%). În loc de a mai indica asupra interesului său de a identifica un investitor strategic cu reputație mondială ori investitor local, fără careva cerințe formulate, Guvernul a formulat câteva criterii clare pentru potențialul partener: acesta urma să activeze în domeniul telecomunicațiilor, să aibă experiență de lucru în țările în curs de dezvoltare sau cu economie de tranziție în special din Europa

[14] Curtea de Conturi Nr. 80 din 14.12.2000 privind rezultatele controlului asupra activității economico-financiare a S.A. "Moldtelecom" în perioada anului 1998 - semestrul I al anului 2000 Publicat: 15.02.2001 în Monitorul Oficial Nr. 16-18 art Nr: 12

[15] Business Central Europe 2000, p.46

[16] Legea Nr. 566 din 30.07.1999 cu privire la Proiectul individual de privatizare a Societății pe Acțiuni "Moldtelecom". Publicat: 28.10.1999 în Monitorul Oficial Nr. 118-119 art Nr: 554. *Abrogată din 29.06.07 prin LP121-XVI din 04.05.07, MO90-93/29.06.07 art.401*

[17] HG Nr. 33 din 16.01.2001 cu privire la alocarea mijloacelor pentru inițierea procesului de privatizare a S.A. "Moldtelecom" şi finalizarea privatizării sectorului energetic Publicat: 18.01.2001 în Monitorul Oficial Nr. 5-7 art Nr: 60 MODIFICAT HG105 din 07.02.01, MO16-18/15.02.01

[18] HG Nr. 652 din 27.05.2002 cu privire la organizarea într-o singură etapă a concursului investițional pentru privatizarea Societății pe Acțiuni "Moldtelecom" Publicat: 30.05.2002 în Monitorul Oficial Nr. 69-70 art Nr: 744

Centrală și de sud-est, să dispună de un milion de abonați și/sau o cifră anuală de afacere de 150 mil USD, să dețină active de cel puțin 300 mil USD.

Deciziile Guvernului RM față de privatizarea companiei Moldtelecom sunt luate într-un context turbulent sub aspect economic, și în care progresele tranzacției sunt dependente de relația cu instituțiile financiare internaționale. Astfel, în anul 2000, FMI stopează finanțarea Moldovei, dar o reia în luna decembrie 2000, apoi iarăși o suspendă în luna Mai 2001. Această suspendare a fost necesară pentru a înțelege care sunt politicile economice ale noii guvernări (PCRM), care reușește să obțină o majoritate constituțională ca urmare a scrutinului parlamentar din februarie 2001. În iulie 2001, Programul de privatizare al Guvernului include 13 companii de vinificație și tutun. Tot în luna iunie 2001, Guvernul RM selectează un consultant pentru privatizarea SA Moldtelecom și chiar planifică o licitație internațională la care planifică vânzarea a 51% din acțiunile Moldtelecom pentru sfârșitul anului 2001. În luna 2002 BERD constata că procesul de privatizare decurge mult prea lent. Privatizarea celor două rețele de distribuție electrică întârzie, iar licitația internațională de privatizare a SA Moldtelecom este stabilită pentru luna Iunie 2002. Conform angajamentelor Guvernului RM, câștigătorul tenderului internațional urma să obțină 51% din companie[19]. Ultimul act legislativ, care vizează indirect privatizarea companiei Moldtelecom, ține de Legea privind administrarea și de-etatizarea proprietăților publice[20]. Prin această lege se abrogă cadrul legal precedent de privatizare individuală a companiei Moldtelecom[21]. Autoritățile statului nu se dezic de privatizarea Moldtelecom, dar Parlamentul RM, printr-o nouă lege deleagă competențele de privatizare Guvernului RM.

În noiembrie 2008 prim ministrul Ungariei a avut o întâlnire cu prim-ministrul Moldovei, la care a exprimat interesul companiei ungare de telecomunicații în privatizarea Moldtelecom.

În martie 2011 autoritățile duc negocieri cu Corporația Financiară Internațională privind semnarea unui memorandum de înțelegere, care ar permite contractarea unor experți internaționali, pentru pregătirea privatizării Moldtelecom.

În iulie 2012 guvernul se decide să scoată la privatizare o listă de 61 întreprinderi, printre care se numără și Moldtelecom.

În noiembrie 2013 Ministerul economiei a propus spre privatizare o listă din 13 întreprinderi de importanță strategică printre care și Moldtelecom. Urma că la 1 februarie 2014 Guvernul să selecteze o companie de consultanță care să evalueze valoarea de piață a fiecărei companii, însă la finele lunii februarie 2014 guvernul se dezice de intenția de a privatiza Moldelecom și restul întreprinderilor strategice.

Privatizarea Moldtelecom are, astfel, o istorie de 20 de ani de intenții, decizii şi încercări de privatizare soldate cu eșecuri succesive. Ultima intenție este din septembrie, 2016, când Vice-ministrul economiei a lansat după o perioadă destul de îndelungată de tăcere, un mesaj timid cu privire la posibila privatizare a companiei Moldtelecom, fără a preciza care ar fi strategia de vânzare, cui s-ar adresa această ofertă de vânzare și ce scopuri își propune statul (RM) în aceste tranzacții. Cu atât mai mult cu cât istoria ultimilor 20 de ani de tentative de privatizare a companiei Moldtelecom ar trebui să solicite oficialilor guvernamentali mai multă rigoare și claritate politică, astfel încât să spulbere scepticismul funciar al celor care nu cred în viitorul acestei companii.

[19] EBRD 2002b, p.179

[20] LEGE Nr. 121 din 04.05.2007privind administrarea şi deetatizarea proprietății publice

[21] Legea nr.566-XIV din 30 iulie 1999 cu privire la Proiectul individual de privatizare a Societății pe Acțiuni "Moldtelecom" (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1999, nr.118-119, art.554

Evoluțiile pieţelor de comunicaţii electronice şi impactul lor asupra întreprinderilor aflate în proprietatea statului

Piața de telecomunicații poate fi considerată, pe bună dreptate, drept cea mai dinamică și mai supusă transformărilor rapizi din ultimii 15 ani. Această piața a suferit modificări substanțiale atât în dinamica dezvoltării, cât și în structura sa de activități și servicii prestate. Anii 2002-2008 pot fi considerați astfel drept ani de glorie a sectorului telecomunicațiilor, perioada în care actorii săi de piața au cunoscut o creștere fără precedent în RM, urmată de o perioadă lungă de stagnare, în care jucătorii de pe piață au încercat să identifice direcții noi de dezvoltare, care le-ar permite asigurarea unei creșteri continuii.

În 6 ani de zile piața telecomunicațiilor a cunoscut o creștere de circa 4,2 ori: de la 1368,3 mil lei în anul 2002 la 5725,5 mil lei în anul 2008, cea ce înseamnă de fapt o creștere medie anuală de circa 27% pe întreaga perioadă. Această creștere s-a datorat creșterii veniturilor populației, creșterii cererii față de serviciile tradiționale (telefonia fixă), apariția și dezvoltarea ascendentă a serviciilor noi (telefonia mobilă).Telefonia mobilă a fost cu siguranță factorul de bază al creșterii pieței de telecomunicații, care a depășit și învins fără replică vechea telefonie fixă. Tot în această perioadă se conturează pre-condițiile unor noi produse de piață, cu potențial de creștere furtunos - accesul la internet.

Tabelul 1. *Dinamica pieții de telecomunicații*

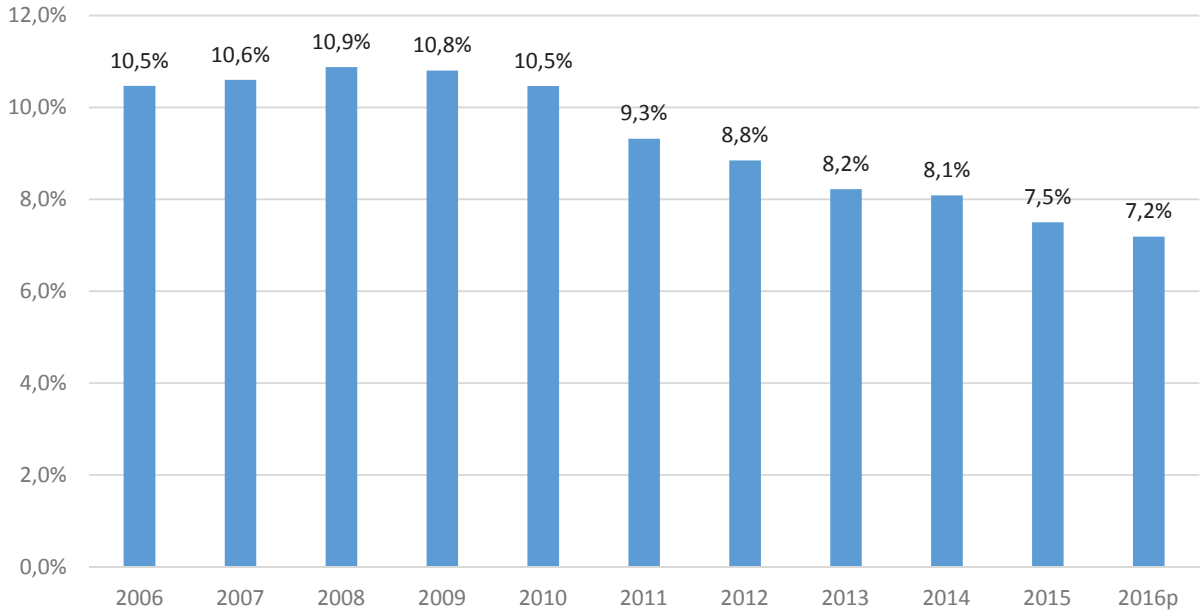
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2008/2002
Telefonia fixă, mil lei	935	1188,5	1474,8	1876,1	2132	2346	2208,8	+236%
Telefonia mobilă, mil lei	392,1	544	894	1362,6	1885	2377,1	2866,4	+731%
Acces Internet, mil lei	41,2	91,5	103	128	194	222,8	414,4	+1005%
Servicii TV, mil lei	-	-	45,9	62,4	88,7	153,2	235,9	+514%
Piata TOTAL, mil lei	**1368,3**	**1824**	**2517,7**	**3429,1**	**4299,7**	**5099,1**	**5725,5**	**+418%**

Sursa: *Rapoarte anuale ANRCETI*

Această creștere rapidă nu putea avea loc fără o creștere bruscă a veniturilor cetățenilor, generată de volumul excesiv de remitențe din partea populației emigrate. În perioada anilor 2004-2007, RM era printre puținele economii ale lumii în care remitențele constituiau circa 35% din Produsul Intern Brut. Volumul remitențelor era astfel mai mare decât toate salariile plătite în cadrul activităților economice din țară. Această creștere a veniturilor populației a permis ca piața tele-

comunicațiilor să atingă niște indicatori de creștere pur și simplu explozivi, fără ca acest lucru să afecteze negativ structura de consum a populației în ansamblu. În această perioadă, cheltuielile gospodăriilor casnice (households) pentru telecomunicații au rămas stabil la nivelul de 10,2%.

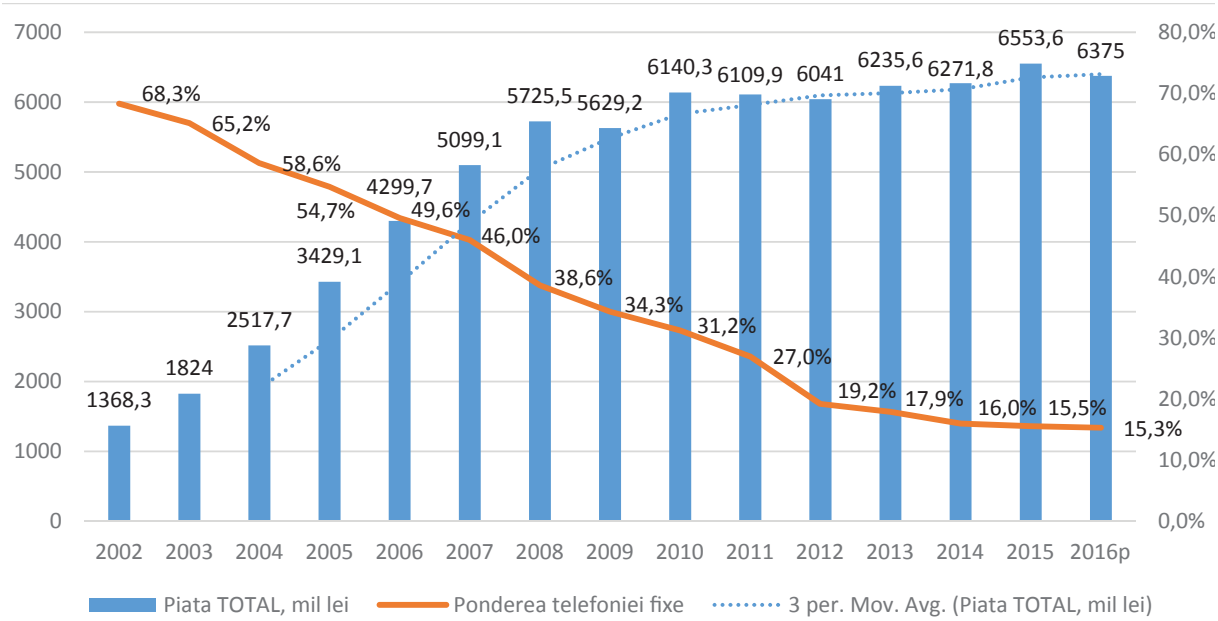
Figura 1. *Ponderea cheltuielilor pentru comunicații în totalul cheltuielilor gospodăriilor casnice*



Sursa: *Rapoarte anuale ANRCETI, BNS: Cheltuielile gospodăriilor*

Începând cu anul 2009 și până în acest moment, piața celor cinci servicii electronice se află într-o stagnare continuă. Creșterea pieței în această perioadă de 8 ani a fost de doar 11,3% de la 5725,5 mil lei în 2008 la estimativ 6375 mil lei în 2016. Creșterea medie anuală este de doar 1,3%.

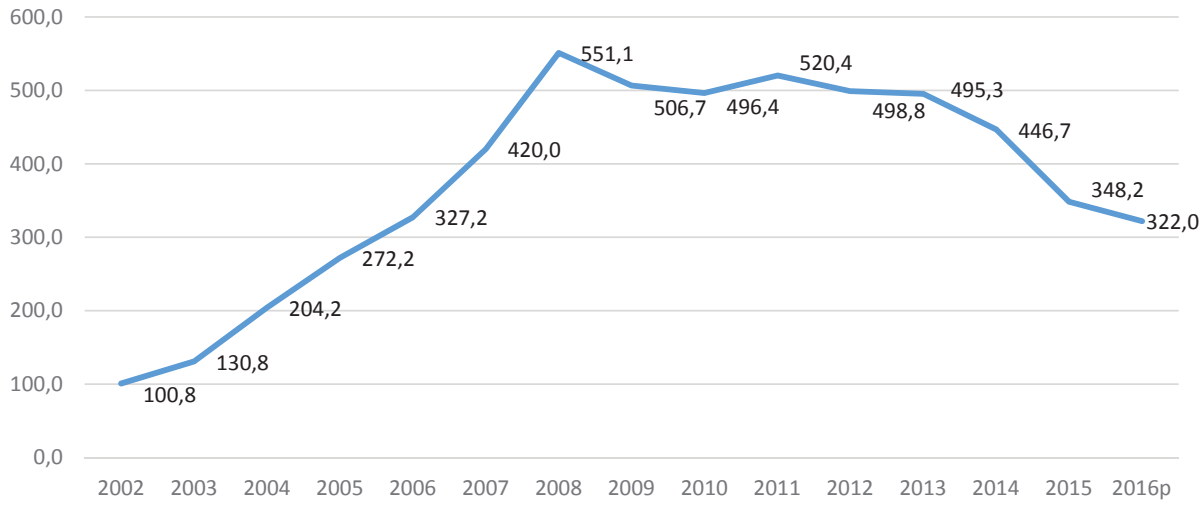
Figura 2. *Evoluția pieței de comunicații*



Sursa: *Rapoarte anuale ANRCETI*

Însă lucrurile devin mult mai sumbre, dacă analizăm evoluția pieței în USD. Acest lucru este necesar deoarece piața telecomunicațiilor este o piață integrată internațional. O parte considerabilă de investitori operează exclusiv cu capital străin, ceea ce înseamnă că pentru ei evoluția pieței în valuta națională nu este relevantă. Din această perspectivă remitențele au avut un impact dublu asupra pieței de telecomunicații. În primul rând, remitențele au contribuit la creșterea consumului de servicii de telecomunicații din partea populației. În al doilea rând, volumul mare al remitențelor și capacitatea redusă a economiei de a absorbi valuta venită în țară a condus la aprecierea valutei naționale în perioada 2002-2008. Drept rezultat piața comunicațiilor în USD a crescut mult mai puternic decât în valuta națională. Pentru investitorii străini această creștere a avut un efect dublu. Piața calculată în USD a crescut de 5,5 ori comparativ cu 4,2 ori în Lei moldovenești.

Figura 3. *Evoluția pieței de telecomunicații, mil USD*



Sursa: *Rapoarte ANRCETI, date BNM*

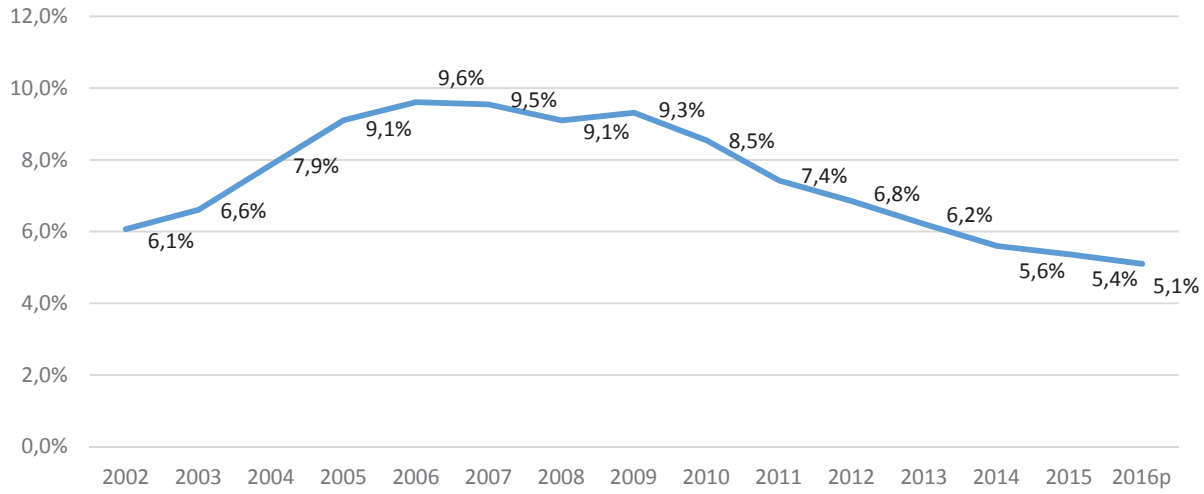
Din punct de vedere al investitorului străin piața comunicațiilor în Moldova după 2008 a cunoscut câteva etape distincte de dezvoltare, însă toate fiind cu efect negativ.

1. Criza din 2009 a provocat prima scădere a pieței după 10 ani de creștere continuă.

2. A urmat o scurtă perioadă de stabilizare, în care industria comunicațiilor a fost în căutarea noilor piețe de dezvoltare.

3. A urmat criza din 2014-2015, care a fost provocată de scăderea bruscă a monedei naționale, factor care a determinat o cădere dramatică a pieței de telecomunicații cu 35% de la 495,3 mil USD în 2013 la estimativ 322 mil USD în 2016.

Figura 4. *Piața de telecomunicații raportată la PIB*

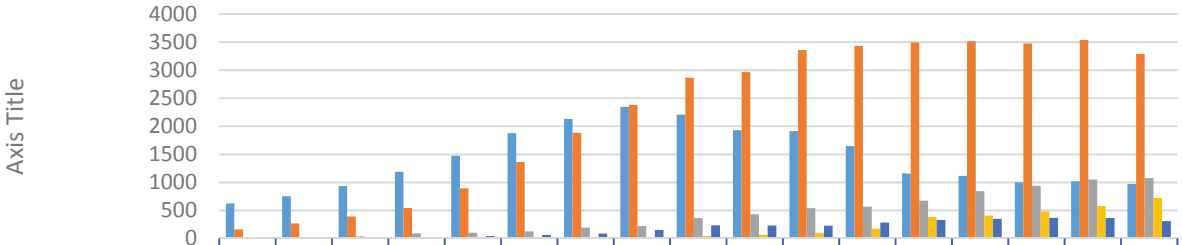


Sursa: *Rapoarte ANRCETI, Biroul Național de Statistică*

Dacă raportăm piața de comunicații la PIB, atunci putem constata că în perioada anilor 2002-2008, constatăm că această piață s-a dezvoltat mult mai rapid decât alte piețe, fiind favorita dezvoltării. Însă în prezent se observă o certă evoluție inversă. Din punctul de vedere al consumatorilor (populația) evoluțiile pieței sunt favorabile. Populația beneficiază în prezent de servicii de comunicații în volum 5-15 ori mai mult pentru care achită cu 1/3 mai puțin decât ar fi achitat în ciclul anterior de dezvoltare a produselor de comunicații mobile. Pe lângă evoluția generală piața comunicațiilor a suferit modificări structurale fără precedent. Piața telefoniei fixe, care era serviciul de bază al operatorului național monopolist „Moldtelecom" a cunoscut o creștere rapidă până în 2007, când pentru prima dată telefonia mobilă a întrecut-o pe cea fixă. După 2007, însă, piața serviciilor de telefonie fixă se găsește într-o scădere continuă, iar operatorul național în pachetul de servicii se găsește acest produs este obligat să inventeze noi produse, să caute noi acces de piață, pentru că altminteri nu ar supraviețui. În opinia noastră, infrastructura companiei „Moldtelecom" poate și trebuie utilizată în noile piețe, iar telefonia fixă în următorii ani va deveni piesă de anticariat. Să examinăm în continuare evoluțiile telefoniei mobile.

Telefonia mobilă a cunoscut cea mai dinamică creștere până în anul 2010. De fapt, telefonia mobilă a fost sectorul cel mai puțin afectat de criza financiară din anul 2009, dar a intrat într-o curbă de stagnare, care promite cutremure importante pentru următorii ani. În opinia noastră, anul 2016 este anul în care putem vorbi despre începutul unui declin sistemic al telefoniei mobile. După cum vom arată în cadrul acestei analize, stagnarea pieței telecomunicațiilor se datorează apariției altor soluții de comunicare, care sunt mai ieftine sau care se oferă gratuit. Accesul la internet este piața nouă, un produs nou care înregistrează creșteri semnificative în perioadă în care telefonia fixă se prăbușește, iar telefonia mobilă se confruntă cu probleme de păstrare a cotei de piață. Pentru următorii 3-4 ani piața accesului la internet vă fi unica piață, care va înregistra creșteri constante. Observăm totodată că și piața serviciilor TV a cunoscut o creștere semnificativă până în 2011, însă de atunci nu a reușit să mențină aceleași ritmuri de creștere fiind într-o stagnare cu o ușoară inclinație spre scădere.

Figura 5. *Piața de comunicații electronice 2002-2016, mil lei*

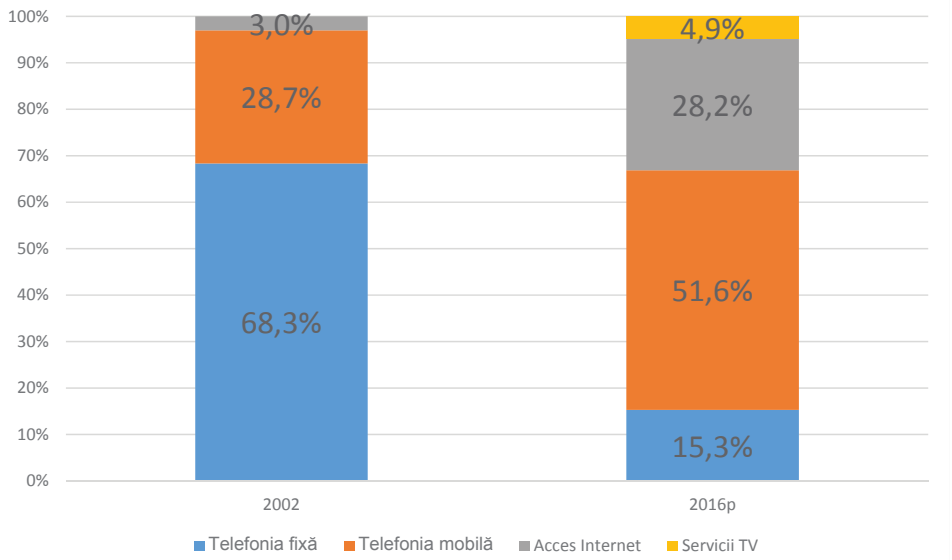


	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 p
Telefonia fixă	625	755	935	1189	1475	1876	2132	2346	2209	1930	1917	1647	1159	1115	1002	1018	975
Telefonia mobilă	161,9	271,1	392,1	544	894	1363	1885	2377	2866	2965	3360	3435	3494	3517	3478	3539	3290
Internet fix			41,2	91,5	103	128	194	222,8	366,1	433,1	541,7	568,3	676,3	843,6	939,8	1051	1080
Internet mobil									48,3	68,6	94,4	175,7	383,4	407,9	482,2	579,2	720
Servicii TV					45,9	62,4	88,7	153,2	235,9	232,7	228	284	328,9	352,8	370,2	366,1	310

Sursa: *Rapoarte anuale ANRCETI*

Aceste modificări în dinamica de dezvoltare a pieţelor de comunicaţii electronice a condus la modificări structurale esenţiale pe piaţa comunicaţiilor electronice. Astfel, ponderea telefoniei fixe a scăzut dramatic: de la 68,3% în 2002 la 15,3% în 2016. Tendinţa care va continua în următorii ani este de a păstra o cotă de 10% din totalul pieţelor de comunicaţii electronice. Telefonia mobilă a crescut ca pondere în comunicaţiile electronice de la 28,7% în 2002 la estimativ 51,6% în 2016. Creşterea ponderii telefoniei fixe a avut loc din contul telefoniei mobile. Considerăm că anul 2016 este anul de cotitură pentru telefonia mobilă, în viitor ponderea ei în comunicaţiile electronice doar va scădea. Accesul la internet este piaţa cu cele mai frumoase perspective în următorii câţiva ani. Ponderea acestei pieţe în comunicaţiile electronice a crescut cel mai mult de la 3% în 2002 la estimativ 28,2% în 2016. Această creştere a avut loc atât din contul telefoniei fixe, cât şi a celei mobile. Însă şi piaţa accesului la internet, are o dinamică structurală internă proprie, despre care vom vorbi mai jos. Piaţa serviciilor TV, în prezent ocupă estimativ 4,9%, însă sunt necesare noi soluţii tehnologice şi marketing, pentru a o transforma într-o piaţă cu potenţial de creştere.

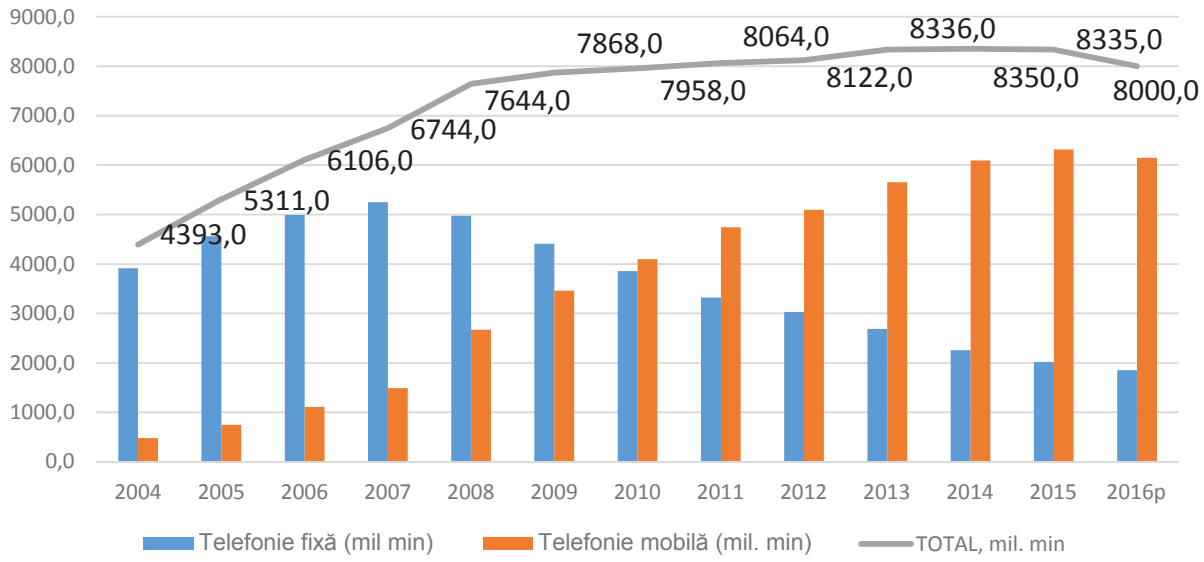
Figura 6. *Modificarea structurii pieţei de telecomunicaţii în ultimii 15 ani*



Sursa: *Rapoarte ANRCETI*

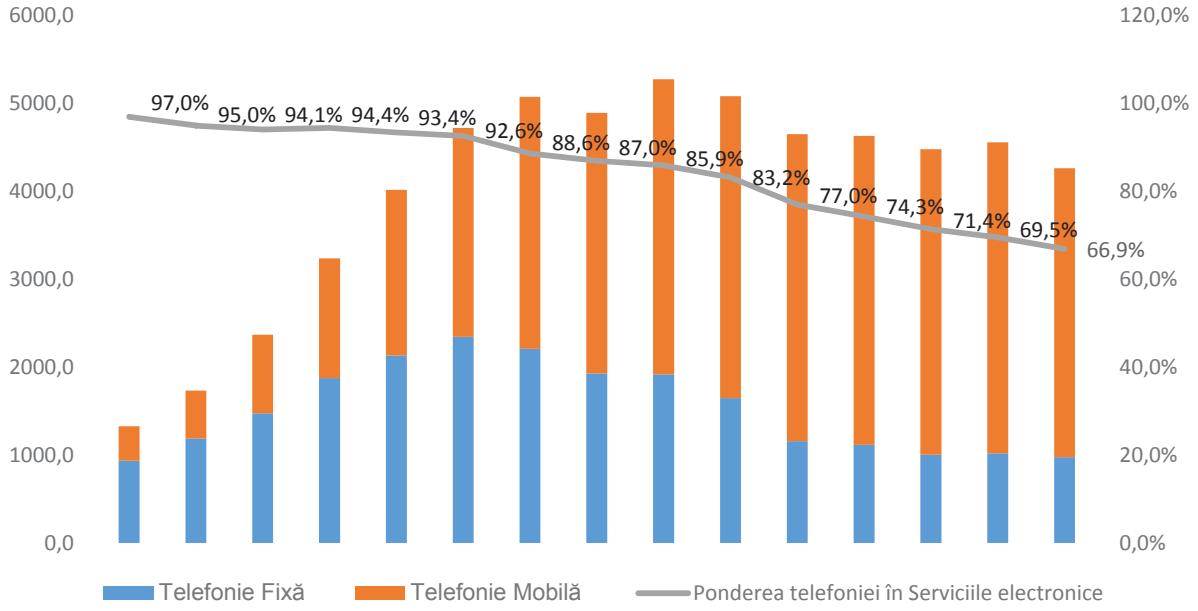
Cele mai dramatice schimbări au loc pe piața telefoniei. Această piața este afectată profund de trei factori de bază: (1) schimbarea preferințelor de consum ale populației de la telefonie fixă la telefonie mobilă; (2) alte piețe din comunicațiile electronice se dezvoltă mult mai dinamic şi erodează piața telefoniei; şi (3) apar soluții alternative de comunicare, care vor eroda enorm piața telefoniei în următorii ani. În ultimii 15 ani piața telefoniei a trecut două procese evolutive majore. În prima fază anii 2004-2008 piața a cunoscut o creștere semnificativă. Convorbirile în rețea au crescut de la 4,4 mlrd minute în 2004la 7,6 mlrd minute în anul 2008, înregistrând o creștere de 74% în 4 ani, sau o creștere medie anuală de 15%. În valoare monetară, piața a cunoscut o creștere şi mai dinamică: de la 2368 mil lei în 2004 la tocmai 5075 mil lei în anul 2008, sau de 2,14 ori mai mult. Prețul pentru un minut a crescut de la 53,8 bani în anul 2004 la 66,8 bani în anul 2008. Această creștere a prețului per minut se datorează exclusiv schimbării preferinței de consum a populației. Dacă în anul 2004 consumatorii de telefonie mobilă din RM vorbeau aproape 90% din timp prin intermediul telefoniei fixe, atunci în anul 2008 ponderea telefoniei fixe în totalul convorbirilor a scăzut la 65%. În lipsă de soluții alternative, cetățenii acceptau să achite un preț mai mare pentru a putea vorbi mobil. Cu atât mai mult că acest cost suplimentar nu a afectat ponderea cheltuielilor gospodăriilor casnice cu servicii de comunicații electronice. După anul 2008, piața telefoniei mobile a intrat însă într-o vizibilă perioadă de stagnare şi chiar regres. Din anul 2016, în opinia noastră, piața telefoniei a intrat într-un proces de câțiva ani de reducere a timpului vorbit în rețea. Perioada anilor 2008-2015 a fost marcată de inversarea preferințelor de comunicare a cetățenilor. Dacă în 2008 convorbirile în rețeaua fixă constituia 65% din totalul convorbirilor fix/mobil, atunci în 2015 ponderea convorbirilor fixe a constituit doar 24% din totalul convorbirilor. Costul mediu al unui minut de convorbire sa redus în 2015 la nivelul de 54 bani/minut similar cu nivelul anului 2004. Raportat la puterea de cumpărare costul pentru telefonie a scăzut de peste 4 ori[22] iar mobilitatea (pondera minutelor vorbite în rețeaua mobilă) a crescut de la 10% în 2004 la 75% în 2015.

Figura 7. *Volumul convorbirilor în rețea, mil minute*



[22] Conform BNS, veniturile disponibile ale populației per cap de locuitor în 2015 au constituit 1999 lei în creștere de 5 ori față de anul 2004 când au constituit 491 lei.

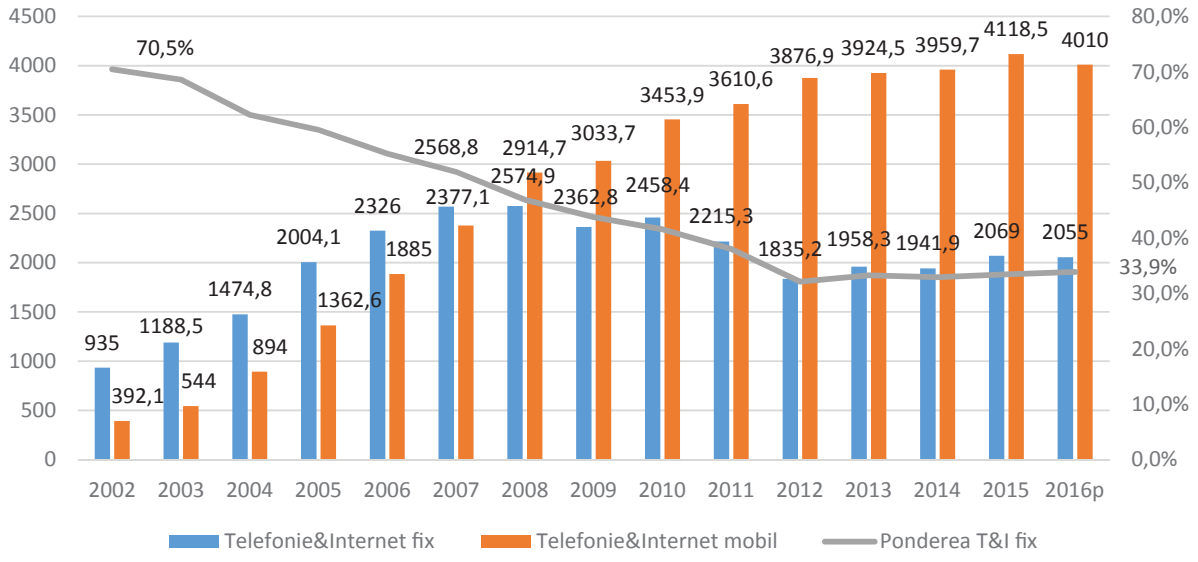
Figura 8. *Evoluția pieței telefoniei fixe&mobile*



Sursa: *Rapoarte ANRCETI, Biroul Național de Statistică, Banca Națională a Moldovei*

Creșterea veniturilor și modificarea preferințelor de consum a populației, reducerea costurilor la tehnologiile electronice, apariția de noi soluții performante în comunicațiile electronice, concurența de pa piața comunicațiilor electronice, au fost factorii de bază, care au stat la modificarea structurii pieței. Piața soluțiilor de comunicare în rețelele fixe s-a redus progresiv, iar cea ce a stopat prăbușirea totală a fost lansarea serviciilor noi prin rețelele fixe, cum ar fi serviciul de internet fix și Serviciile de TV mobilă. Cu toate acestea noile tehnologii moderne la prețuri rezonabile determină o creștere rapidă a pieței mobile în favoarea celei fixe. În perspectiva următorilor 2-3 ani, soluțiile mobile pentru consumatorii finali vor fi la fel de atractive cost/calitate ca și soluțiile fixe. În ultimii 5 ani de zile traficul de internet mobil a crescut de peste

Figura 9. *Evoluția pieței de Telefonie și Acces la internet prin rețele fixe și mobile (mil lei)*

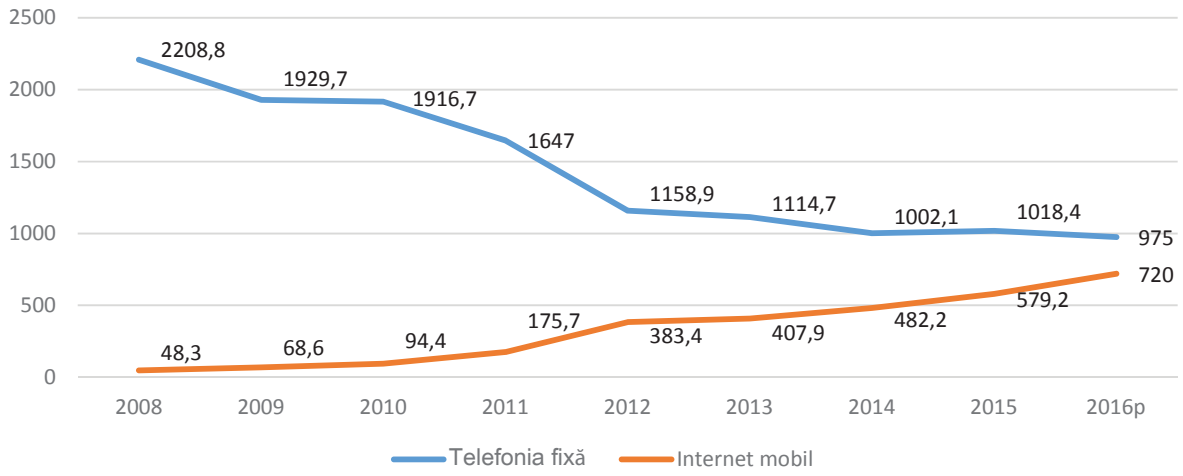


Sursa: *Rapoarte ANRCETI 2004-2015*

7 ori. Soluțiile moderne de comunicații vor permite oferirea de Internet și servicii TV la domiciliu prin rețelele mobile. Rețelele fixe nu vor avea un avantaj competitiv pentru consumatorul finali. Operatorul național deținător de infrastructură fixă, trebuie să se orienteze spre oferirea rețelelor companiilor de comunicații electronice sub formă de acces la infrastructură și spre dezvoltarea noilor servicii de comunicații.

Cel mai bine ilustrează evoluția pieței comunicațiilor electronice două ramuri, care se dezvoltă diametral opus, acesta fiind - telefonia fixă, numită și „tehnologia trecutului" și internetul mobil, care este considerată aproape prin consens „tehnologia prezentului". În următorii 8 ani de zile, aceste piețe incomparabile în trecut, practic s-au egalat ca mărime de piață și volum de plăți. Dacă în 2008 piața telefoniei fixe era de 45 de ori mai mare decât piața internetului mobil, atunci în anul 2016. conform estimărilor noastre în acest moment, telefonia fixă va fi de 1,35 ori mai mare, iar în următorul an internetul mobil va depăși telefonia fixă.

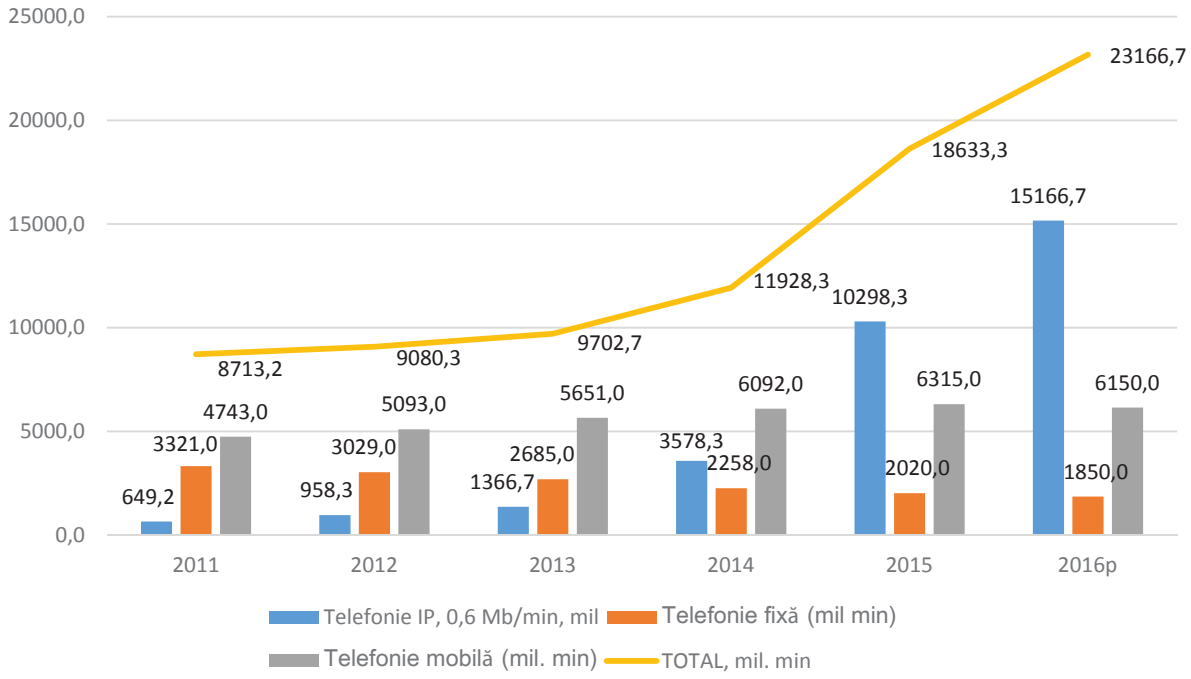
Figură 10. *Evoluția piețelor de telefonie fixă și internet mobil, mil lei*



Sursa: *Rapoarte ANRCETI 2004-2015*

Considerăm totuși că cea mai mare provocare pentru industria telefoniei fixe/mobile o reprezintă noile soluții de comunicare prin intermediul telefoniei IP. Anul 2014 poate fi considerat anul când începe sfârșitul metodelor tradiționale de telefonie. Volumul de convorbiri în rețea începe să crească exponențial, însă exclusiv datorită telefoniei IP. În doi ani de zile cetățenii moldoveni au crescut timpul vorbit în rețea de 2 ori. Acest volum de minute este mai mare decât creșterea înregistrată în tot timpul existenței telefoniei fixe, apoi și mobile. Dacă în primii ani de dezvoltare a telefoniei IP, creșterea nu a afectat volumul de minute vorbite în rețelele de telefonie fixă+mobiă, atunci anul 2016 devine un an de cotitură. Telefonia IP destul de rapid va eroda cota de piața a telefoniei tradiționale. Pentru consumatori aceasta este un beneficiu enorm, însă pentru industrie este o catastrofă. Trebuie să menționăm că telefonia fixă și mobilă dețin în prezent 2/3 din totalul comunicațiilor electronice. Operatorii nu au posibilitatea de a monetiza convorbirile în rețea a consumatorilor și sunt forțați de evenimente să caute noi piețe cu perspectivă de creștere.

Figura 11. *Evoluția traficului voce*

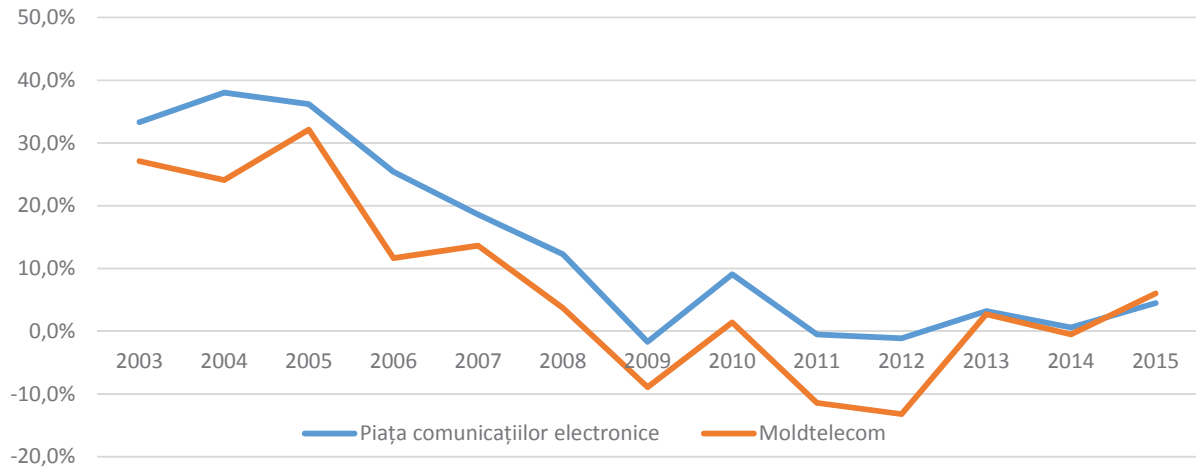


Sursa: *Rapoarte ANRCETI 2004-2015*

Cum schimbările din piața comunicațiilor electronice au transformat Moldtelecom-ul

Reiterăm, Compania „Moldtelecom" este în acest moment unica companie de stat, care operează pe o piață afectată de transformări profunde în ultimii 15 ani. Piața comunicațiilor electronice s-a transformat de la piață dominată de telefonia fixă la o piață acoperită exclusiv de serviciile telefoniei mobile. De la o piață monopolistă, am asistat la crearea unei piețe puternic concurențiale, pentru care se bat și coabitează mai mulți operatori globali, cu o puternică aderență printre consumatorii locali. Cele 4 piețe noi: telefonia mobilă, internet, fix, internet mobil și serviciile TV au „exclus" telefonia fixă din piață. Ponderea telefoniei fixe, serviciul de bază al Moldtelecom sa redus la mai puțin de 15% din piață. Și cu toate acestea, în perioada anilor 2003-2013, compania „Moldtelecom" nu a reușit să facă față tuturor schimbărilor rapide de pe piața comunicațiilor electronice, fiind constrâns pe de o parte de „moștenirea" din trecut (infrastructura fizică) și orientarea exclusivă spre piața de telefonie fixă, iar pe de altă parte – de constrângerile specifice tuturor întreprinderilor de stat (reguli de reglementare incerte, management supus curentelor și influenței politice, dependenței de fluctuațiile valutei naționale).

Figura 12. *Evoluția pețiii de comunicații electronice comparativ cu anul precedent*

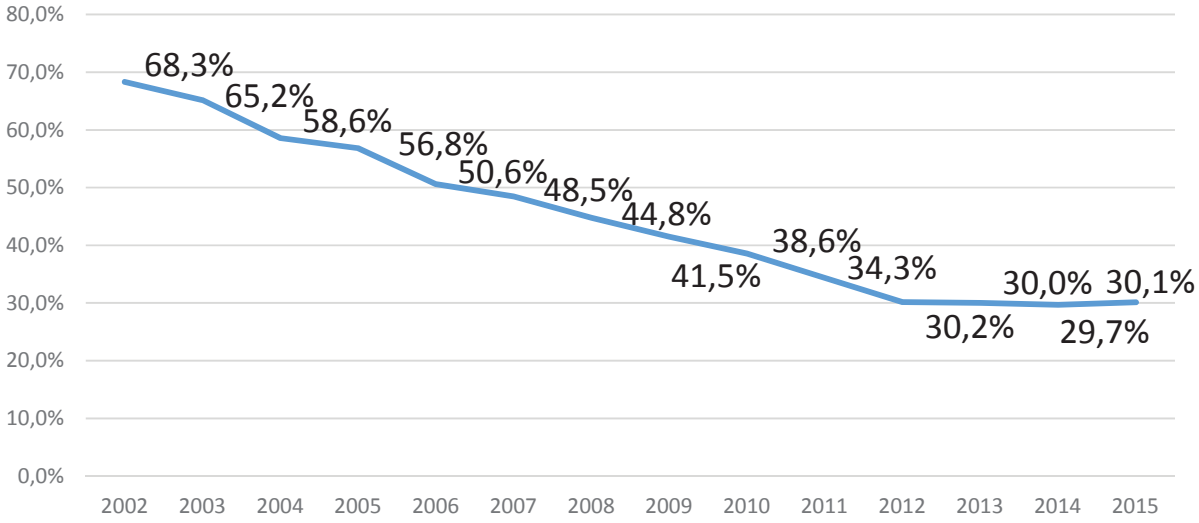


Sursa: *Rapoarte anuale 2004-2015 ANRCETI*

În cei zece ani de transformare rapidă a pieții comunicațiilor, compania „Moldtelecom" a înregistrat un nivel de creștere relativă, însă sub nivelul pieții pe care activează. Trebuie să recunoaștem însă că acest fenomen este inevitabil, atâta timp cât politica statului se orienta spre crearea condițiilor concurențiale pe o piață în formare (telecomunicațiile). Drept consecință pe piața comunicațiilor au intrat operatori privați în domeniul telefoniei mobile, internetului fix și mobil precum și servicii TV, mult mai pregătite tehnic, financiar și tehnologic să impună

prezența lor printre potențialii clienți. Drept consecință, compania „Moldtelecom" s-a transformat dintr-un operator monopolist, care deținea în anul 2003 circa 68% din piață într-o companie comercială, dependent de fluctuațiile unei piețe dinamice, cu o cotă de aproximativ 30%, în acest moment.

Figura 13. *Ponderea Moldtelecom în totalul pieții de Comunicații Electronice*



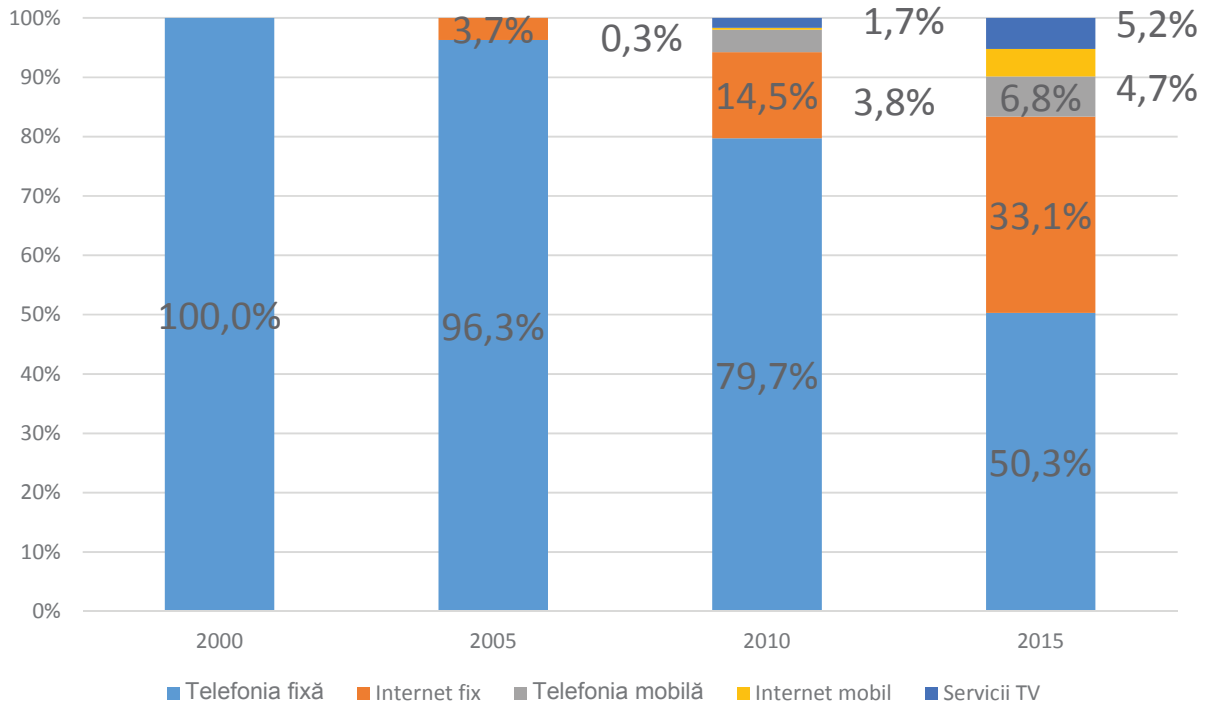
Sursa: *Rapoarte anuale 2004-2015 ANRCETI*

Tabloul analizei noastre nu ar fi complet, însă, dacă nu am introduce în această ecuație un element suplimentar, acesta referindu-se la schimbările majore din interiorul acestei companii „Moldtelecom". Constatăm că, această companie de stat a fost impusă de piață să-și revadă strategia de dezvoltare.

În prezent Moldtelecom este de fapt singura companie, care operează activ pe toate cele 5 piețe de comunicații electronice. Compania s-a transformat dintr-o companie exclusiv de telefonie fixă (în anul 2000) într-o companie ce prestează întregul spectru de servicii electronice deja în anul 2015. Ponderea telefoniei fixe s-a redus până la 50% în anul 2015, cu tendințe clare de reducere în următorii ani. Prima provocare a Moldtelecom a fost piața internetului fix, pe care compania cu succes a penetrato pe parcursul ultimilor 10 ani. Următoarea provocare a fost piața telefoniei mobile, în care compania nu a reușit să se impună. Considerăm că eșecul se datorează deciziei strategice de a utiliza un standard diferit al telefoniei mobile, decât cel al concurenților pe piața. Această strategie nu a adus careva avantaj competitiv, iar consumatorii greu acceptă un produs „necunoscut".Pe piața internetului mobil, Moldtelecom, chiar dacă are povara unei tehnologii mobile diferite a reușit să se impună destul de semnificativ. În ultimii ani, compania a adoptat o strategie agresivă de penetrare a pieții serviciilor TV.

Putem spune că Moldtelecom se debarasează de trecut său telefonia fixă în favoarea noilor piețe.

Figură 14. *Evoluția structurii veniturilor Moldtelecom*



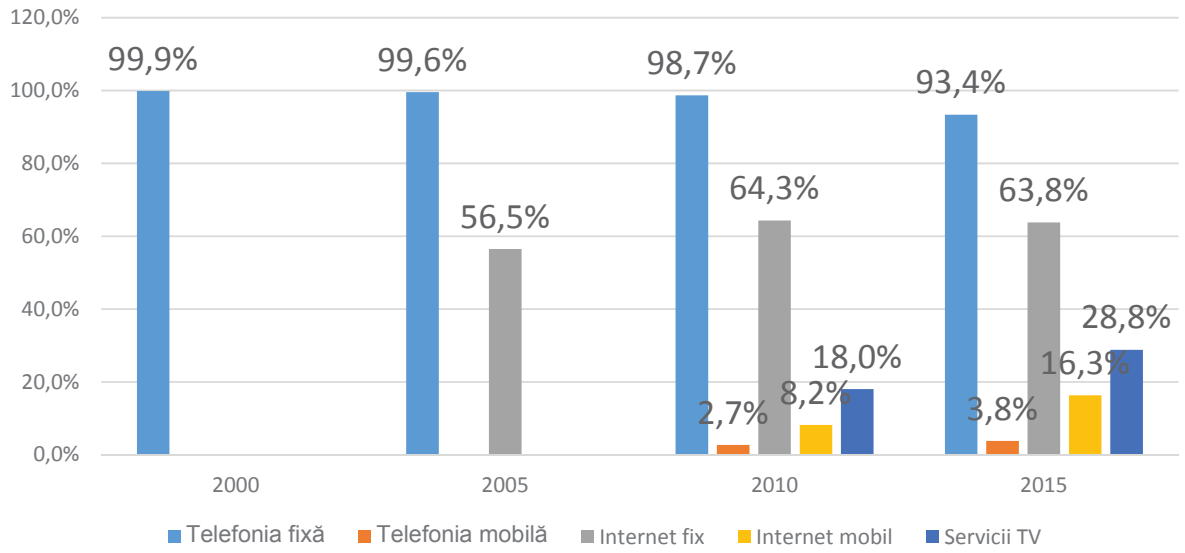
Sursa: *Rapoarte ANRCETI 2004-2015*

Din cele 5 piețe ale comunicațiilor electronice, Moldtelecom deține o poziție foarte confortabilă pe trei dintre piețe. Dar, piața în care Moldtelecom deține 93,4% (cea a telefoniei fixe) este o piață în cădere libere cu perspective clare de „dispariție" inevitabilă. Acest monopol moștenit din perioada anterioară schimbării radicale de tehnologii în telecomunicații este, în acest moment, mai degrabă un dezavantaj decât avantaj al Moldtelecom. Din rapoartele financiare prezentate de Moldtelecom pentru anii 2014-2015 telefonia fixă este clar o povară nerentabilă, și factor de stopare a dezvoltării Moldtelecom din ce în ce mai mare. Costurile de întreținere fizică a rețelelor de telefonie fixă sunt mult mai mari decât veniturile obținute. Fără a-și dori acest lucru, Moldtelecom s-a transformat într-un operator activ pe rețele sociale, prin care se asigură conectarea la telefonie fixă a păturilor social vulnerabile a populației. Într-un monopol de stat clasic, această funcție poate fi realizată fără dureri de cap, dar în condițiile unei concurențe acerbe, această povară poate fi una fatală pentru Moldtelecom. Compania trebuie să rezolve cât mai curând posibil problema telefoniei fixe, care nu-i permite dezvoltarea și investirea suficientă în restul activităților. În domeniul internetului fix, care s-a dezvoltat dinamic în ultimii 10 ani, Moldtelecom a reușit să-și impună o poziție dominantă.

Considerăm că unul din factorii importanți a fost deținerea infrastructurii fizice. Anume internetul fix a compensat pierderile suportate de căderea dramatică a pieții telefoniei fixe. O ratare a Moldtelecom în trecut a fost incapacitatea de a intra pe piața telefoniei mobile. Anume telefonia mobilă a fost piața care „a mâncat" pe cea a telefoniei fixe. Și cel mai natural era să compensezi pierderile din telefonia fixă, cu venituri din telefonia mobilă, dar nu sa reușit. Motivul cum am spus mai sus decizia strategică greșită. O piață cu perspective clare în următorii ani este cea a internetului mobil, unde Moldtelecom are poziții bune, însă mult sub nivelul real al puterii sale economice. Pe termen scurt compania, trebuie să aibă o strategie mult mai agresivă de penetrare

a pieții internetului mobil, deoarece această piață are cele mai clare perspective de creștere în următorii ani. În domeniul serviciilor de televiziune, compania Moltelecom deține o poziție destul de bună, însă această piața rămâne destul de inertă și crește la ritmuri modeste. Este posibil ca lucrurile să se schimb dacă se va trece de la tehnologii terestre în prestarea serviciilor de televiziune la tehnologii mobile moderne. În alte condiții, Moldtelecom ar trebui să fie gata să facă față acestor provocări ori să impună noi soluții mobile în domeniul serviciilor TV.

Figură 15. *Evoluția cotei de piață a Moldtelecom pe cele cinci piețe a comunicațiilor electronice*



Sursa: *Rapoarte ANRCETI 2004-2015*

A şasea piață: clienții şi vânzările de publicitate&conținut media online

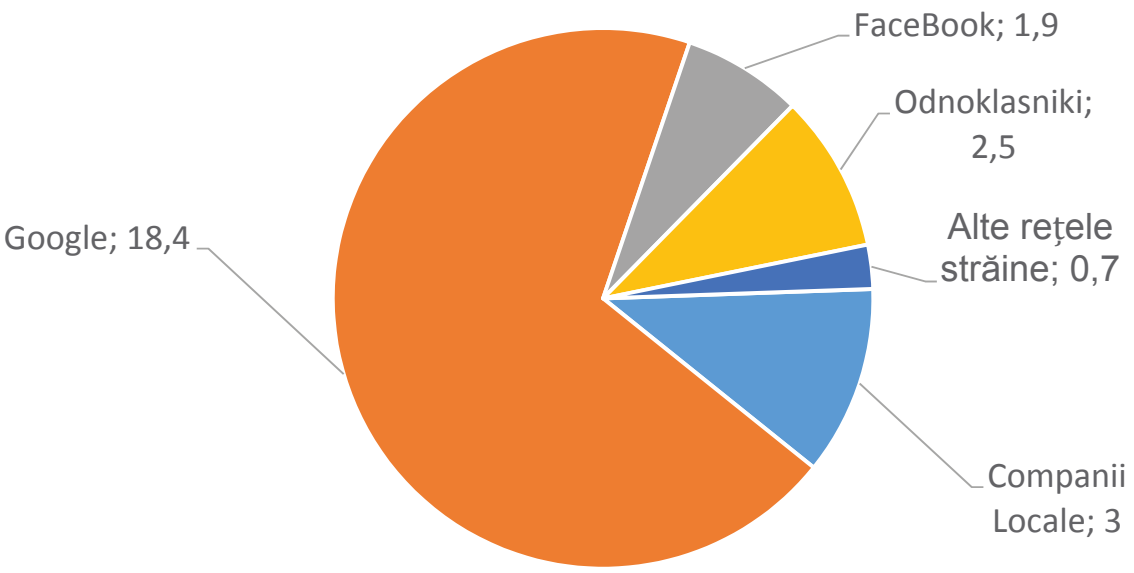
Perspectivele operatorilor activi pe piața comunicațiilor electronice este destul de sumbră în paradigma actuală de dezvoltare. Volumul total al convorbirilor telefonice din rețeaua fixă, cât și din cea mobilă va scădea în continuare, în timp ce piața serviciilor de televiziune încă nu a reușit să se impună, internetul prin rețelele fixe stagnează, astfel încât unica piață cu o creștere dinamică stabilă este cea a internetului mobil. Însă această piață deține o cotă nesemnificativă de 11% în totalul comunicațiilor electronice.

Scăderea veniturilor din telefonia fixă + mobilă nu sunt compensate de creșterea veniturilor din internetul mobil. În aceste condiții, operatorii de pe piața comunicațiilor electronice conștientizează de fapt că cel mai valoros activ pe care îl dețin în acest moment nu sunt tehnologiile, infrastructura și serviciile, dar grupurile de clienții și rețelele cu care acestea se asociază. Pe piața internațională deja se dă o luptă acerbă pentru consumatori și cei care „dețin" consumatorii s-au învățat perfect cum să monetizeze acest capital. Acest concept – de monetizare a consumatorilor pe piețele de comunicații în masă - are loc fie prin vânzarea de publicitate către consumatori finali, fie prin vânzarea de conținut consumatorului de masă. Emitem ipoteza că în următorii ani, veniturile obținute de la „deținerea" de consumatori vor fi atât de mari, încât jucătorii globali vor oferi soluții gratis de acces la rețea, doar ca să fiți în rețeaua lor. Un exemplu bun în acest sens este compania Amazon, care oferă internet gratuit în orice colț al lumii pentru deținătorii de cărți electronice ale acestei rețele de comerț (Amazon). Banii încasați din vânzările de conținut sun suficienți pentru a oferi acest cadou absolut oricui care se conectează la rețeaua sa. În această economie globalizată dispare legătura dintre furnizorul de comunicații electronice și consumator.

Furnizarea de internet este o simplă soluție tehnică, pentru prestatorul real de servicii în cazul dat Amazon. Cel care încasează din publicitate și conținut, este adevăratul operator. Cei care livrează soluții de comunicare electronică vor deveni simpli furnizori de soluții de conectare între client și compania de bază. Companiile care furnizează soluții de comunicare electronică riscă se fie scoase în afara ecuației.

Un exemplu elocvent al paradigmei noii economii este piața de publicitate on-line. Această piață cunoaște cea mai dinamică dezvoltare atât la nivel global cât și local. Conform estimărilor noastre în anul 2015 ea a constituit în Republica Moldova peste 26,5 mil USD, însă cele mai mari venituri au fost încasate de companii care sunt înafara Republicii Moldova și nu au nici un fel de legătură cu bugetul țării. companiile locale au reușit să colecteze puțin peste 11% din totalul încasărilor, sau circa 3 mil USD.

Figură 16. *Distribuția veniturilor din publicitatea on-line, mil USD*



Surse. *www.statista.com, Журнал Секрет фирмы, 18.06.05. Как «Одноклассники» зарабатывают миллиарды на подарках, http://refresh.ro/2015/12/social-media-in-moldova/*

Chiar şi în aceste condiții, piața de publicitate on-line din Moldova este aproape de 3 ori mai mică decât media globală. Ținând cont de tendințele existente în stat de talia RM, această piață se va dezvolta în următorii ani cu cel puțin 20% anual, calculat în USD. Acest proces va fi condiționat de: creșterea timpului petrecut de către utilizatori în internet, mobilitatea internetului, piața devine atractivă pentru companiile străine și locale, care plasează publicitate, companiile locale înțeleg avantajele și beneficiile economice ale publicității on-line. Internetul mobil și vânzările de conținut sunt piețele cu potențial de creștere în Republica Moldova. Dacă la capitolul internet mobil, RM poate fi comparat cu alte țări, atunci la vânzările de conținut piața este într-o stare embrionară. Vânzările de conținut direct sau cooperarea cu actorii regionali și globali în vânzarea de conținut pe teritoriul RM ar putea fi o soluție de „stabilizare" pentru industria comunicațiilor electronice în următorii ani.

Conform PwC piața globală de D&M în următorii 5 ani de zile va înregistra o creștere de 27,4%, de la 1,688 mrd USD în 2013 până la 2,151 mrd USD în 2018.Cel mai rapid vor crește, Publicitatea din Internet, Accesul la Internet și jocurile video. La capătul opus se află publicitatea în ziare și reviste, care vor înregistra o scădere de 0,5-2,0%.Cheltuielile gospodăriilor casnice pentru accesul la internet pe plan global vor crește cu 9,0% de la 413,8 mrd USD în 2013 la 635,5 mrd USD în 2018. Accesul la internet va genera cele mai mari venituri, față de orice produs sau serviciu media în următorii ani. Internetul mobil va genera peste 60% din totalul veniturilor obținute din furnizarea serviciilor de acces la internet. Dacă în țările dezvoltate vom asista la o stagnare sau chiar o ușoară diminuare a pieței, atunci în țările în curs de devoltare ritmul de creștere a cheluiilor gospodăriilor casnice pentru acces la internet pot ajunge și la 25% în 5 ani de zile. Vânzările de date cu conținut muzical vor crește lent, însă începând cu anul 2014 vânzările de muzică digitală depășesc vânzările de muzică pe suport fizic. Datorită conținutului digital, vânzările de carte au înregistrat în 2013 un trend pozitiv de creștere a vânzărilor pe plan global.

Lupta contra pirateriei va transforma China în a doua piață din lume după veniturile încasate din vânzările de carte. Cărțile destul de lent trec din suportul fizic în cel digital, însă cărțile profesionale şi cele educaționale vor înregistra cel mai rapid trend de migrație. A ȘASEA PIAȚĂ este colacul de salvare pentru industria comunicațiilor electronice care a intrat întro perioadă de stagnare. Potențialul acestei piețe este enorm în Moldova.

Operatorii naționali, trebuie să lucreze împreună cu autoritățile în consolidarea acestei piețe. Lupta trebuie să se dea pe două direcții: 1) înăsprirea cadrului legal privind pirateria conținutului media, 2) oferirea clienților a unui conținut la preț, care descurajează pirateria. Aceste două instrumente, pot provoca apariția unei piețe de ordinul miliardelor de lei, mult mai mare decât piața comunicațiilor electronice. Pe plan global accesul la internet constituie doar 27% din piața globală de Divertisment&Media, care în 2016 va atinge nivelul de 2 trilioane USD[23].

[23] PWH. Global entertainment and media outlook 2014-2018

Concluzii şi recomandări

1. Compania Moldtelecom a trecut prin 3 procese profunde de transformare de la un serviciu de stat la o întreprindere de stat, apoi într-o societate comercială axată pe prestarea serviciilor de telefonie fixă. Iar în ultimii 15 ani s-a transformat într-o companie pe o piață competitivă, care prestează toată gama de servicii electronice.

2. În prezent, compania Moldtelecom este presată de mai mulți factori moșteniți din experiența sa trecută (administrarea rețelelor fizice și povara de monopolist în segmentul telefoniei fixe). Acest avantaj din trecut reprezintă, în acest moment, un impediment serios în dezvoltarea și penetrarea noilor piețe.

3. De 20 de ani, guvernul se găsește într-un conflict evident de interese. Pe de o parte, guvernul ca reprezentant plenipotențiar al statului are obligația de a liberaliza piața comunicațiilor, iar pe de altă parte, statul are obligația de a asigura o poziție puternică a companiei sale pe piață. Prima funcție de liberalizare a pieții a condus la diminuarea poziției Moldtelecom, proprietatea sa, de la 68% în 2002 la 30% din piață în 2015. A două funcție a statului a perturbat dezvoltarea pieții în 2000, când statul lua decizii favorabile Moldtelecom în detrimentul dezvoltării pieții.

4. Compania „Moldtelecom" de astăzi este un alt „Moldtelecom" decât era acum 20 de ani în urmă. Valoarea lui nu ține atât de infrastructura fizică și poziția de monopolist în telefonia fixă, ci de numărul de clienți și serviciile noi apărute, internet și servicii TV.

5. Piața comunicațiilor electronice se află într-o stagnare profundă și operatorii caută noi produse care să răspundă la nevoia de creștere economică, deoarece cele 5 piețe cunoscute ori sunt în declin ori au un potențial de creștere mediocru, excepție fiind piața internetului mobil , care în opinia noastră are cel mai mare potențial de creștere în următorii ani.

6. Piața de comunicații electronice este în pragul unor noi transformări majore. Putem vorbi de apariția celei de a șasea piețe de creștere a sectorului, care ține de piața de publicitate & conținut media online. Este o piață cu potențial semnificativ de creștere și în RM, care ar putea compensa toate ratările de venit de pe piețele tradiționale.

7. Operatorii naționali pot deveni furnizori independenți de conținut media online sau pot deveni furnizori și parteneri locali pentru furnizorii globali și regionali de conținut media.

8. În economia nouă, cel mai valoros activ nu sunt infrastructura fizică și tehnologiile electronice, dar clienții și strategiile de marketing.

9. Guvernul trebuie să realizeze că atunci când vorbim de Moldtelecom avem în vedere două companii distincte. O companie, care este deținătoare de infrastructură fizică și tehnologii de comunicații electronice. Și o altă companie furnizoare de servicii. Cea de a „doua" companie este compania viitorului, iar „prima" companie devine o povară în dezvoltarea celei de a doua.

10. În aceste condiții, ni se pare oportun și urgentă separarea companiei „Moldtelecom" – aceasta ar trebui să fie strategia de bază a statului pe acest sector nevralgic.

11. Ca proiect de Infrastructură, compania „Moldtelecom" trebuie să se transforme într-un operator național, care oferă soluții de conectare tuturor operatorilor existenți pe piață. Trebuie să fie o companie de infrastructură cu acces egal pentru toți

12. Moldteleom-Servicii, trebuie să fie compania orientată spre client și necesitățile sale. Moldtelecom-Servicii, trebuie să beneficieze de infrastructura Moldtelecom-Infrastructură de rând cu alți operatori pe piață. Pe lângă serviciile tradiționale de comunicații electronice, Moldtelecom-Servicii, trebuie să aibă o strategie prioritară de formare și acapararea a noii piețe de conținut media online.

Bibliografie

Rapoarte şi studii

1. ANRCETI: Evoluția pieţelor Comunicaţiilor Electronice 2012-2015
2. Business Central Europe 2000, p.46
3. EBRD 2002b, p.179
4. Moldtelecom: Rapoarte financiare de conciliere pentru declarația de profit şi pierderi, anii 2014-2015
5. Rapoarte ANRCETI 2004-2015
6. PWH. Global entertainment and media outlook 2014-2018
7. The Countries of the Former Soviet Union at the Turn of the Twenty-First Century: The Baltic and European States in Transition (Routledge Studies of Societies in Transition) Reprint Edition. by Ian Jeffries (Author)
8. Журнал Секрет фирмы, 18.06.05

Legi, hotărâri şi rapoarte curtea de conturi

1. LEGE Nr. 1217 din 25.06.1997 cu privire la Programul de privatizare pentru anii 1997-1998
2. Legea Nr. 566 din 30.07.1999 cu privire la Proiectul individual de privatizare a Societăţii pe Acţiuni „Moldtelecom
3. LEGE Nr. 121 din 04.05.2007 privind administrarea şi deetatizarea proprietăţii publice
4. Legea nr.566-XIV din 30 iulie 1999 cu privire la Proiectul individual de privatizare a Societăţii pe Acţiuni “Moldtelecom”
5. HP. Nr. 1288, din 22.07.1997 cu privire la Proiectul individual de reorganizare HP Nr. 135 din 11.09.1998 privind stabilizarea situaţiei financiar-economice din Republica Moldova
6. HP Nr. 219 din 16.12.1998 despre Proiectul individual de reorganizare şi privatizare a Întreprinderii de Stat „Moldtelecom”

7. HG, Nr. 628 din 11.09.1995cu privire la reorganizarea și privatizarea întreprinderii de stat „Moldtelecom".

8. HG. Nr. 710 din 29.07.1997 cu privire la instituirea Comisiei guvernamentale pentru reorganizarea și privatizarea Întreprinderii de Stat „Moldtelecom și privatizare a Întreprinderii de Stat „Moldtelecom

9. HG Nr. 267 din 10.03.1998 cu privire la aprobarea Planului de acţiuni pe anii 1997-1998 în vederea realizării înţelegerilor convenite în cadrul vizitei oficiale în Franța a dlui Petru Lucinschi, Președintele Republicii Moldova

10. HG Nr. 28 din 20.01.1999 cu privire la activităţile adiţionale de asigurare a executării bugetului pe anul 1999

11. HG Nr. 469 din 18.05.2000 cu privire la Măsurile de executare a Legii bugetului pe anul 2000 și de acumulare a rezervelor financiare pentru onorarea angajamentelor publice față de creditorii externi și interni

12. HG Nr. 33 din 16.01.2001 cu privire la alocarea mijloacelor pentru inițierea procesului de privatizare a S.A. „Moldtelecom" și finalizarea privatizării sectorului energetic

13. HG Nr. 652 din 27.05.2002 cu privire la organizarea într-o singură etapă a concursului investiţional pentru privatizarea Societăţii pe Acţiuni „Moldtelecom"

14. HCC Nr. 17 din 10.06.1998despre controlul constituţionalităţii Hotărîrii Parlamentului Republicii Moldova nr. 1288-XIII din 22 iulie 1997 „Cu privire la Proiectul individual de reorganizare și privatizare a Întreprinderii de Stat „Moldtelecom

15. RCC Nr. 80 din 14.12.2000 privind rezultatele controlului asupra activităţii economico-financiare a S.A. „Moldtelecom" în perioada anului 1998 - semestrul I al anului 2000

Resurse web

1. www.BNM.md

2. www.statistica.md

3. www.anrceti.md


Knowledge
creating
development